



Universidade do Minho

Instituto de Ciências Sociais

Joaquim Manuel Martins Fidalgo

**O Lugar da Ética e da Auto-Regulação
na Identidade Profissional dos Jornalistas**

Novembro de 2006



Universidade do Minho

Instituto de Ciências Sociais

Joaquim Manuel Martins Fidalgo

O Lugar da Ética e da Auto-Regulação na Identidade Profissional dos Jornalistas

Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação
Área de Conhecimento de Artes e Técnicas da Comunicação

Trabalho efectuado sob a orientação de

Professor Doutor Aníbal Augusto Alves

(Orientador)

Professor Doutor Manuel Joaquim da Silva Pinto

(Co-Orientador)

Novembro de 2006

Agradecimentos

Agradeço, reconhecido, ao Prof. Aníbal Alves e ao Prof. Manuel Pinto, que partilharam a tarefa de orientar esta tese, fazendo-o sempre com uma generosidade, uma competência, um empenho e um carinho absolutamente inexcedíveis. A eles muito se deve a alegria que sinto hoje de ter caminhado este caminho até ao cabo.

Agradeço, sensibilizado, a todos e a cada um dos elementos (actuais e antigos, docentes e não-docentes) que compõem o Departamento de Ciências da Comunicação e o Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. Foi aqui que, num tempo difícil de transição, depressa encontrei uma nova casa: um lugar onde trabalhar mas também onde pousar e aconchegar o coração, durante tantos anos oferecido a outras artes, noutras casas.

Agradeço, de um modo muito especial, a quantos têm assumido as responsabilidades de condução do Departamento de Ciências da Comunicação – os Profs. Aníbal Alves, Moisés Martins, Manuel Pinto, Helena Sousa, Zara Coelho – e que sempre se preocuparam em me proporcionar as melhores condições para a prossecução deste trabalho, acompanhando-o com um interesse e um apoio únicos.

De modo também muito particular, alargo este agradecimento aos demais companheiros de vida e de trabalho mais ligados à área do Jornalismo, e que, além de excelentes profissionais com quem sabe bem trabalhar, são amigos do peito, que acompanham, que apoiam, que ajudam, que estão, que só nos deixam sós quando nós queremos ou precisamos: a Felisbela Lopes, o Luís Santos, a Sandra Marinho, o Alberto Sá, a Madalena Oliveira, a Sara Moutinho, a Daniela Bertocchi (esqueci alguém?...).

Agradeço a tantos outros mestres e colegas da comunidade científica das Ciências da Comunicação (para além da UM) com quem tenho tido o privilégio de contactar mais de perto e com quem tanto tenho aprendido: os Profs. Mário Mesquita, Paquete de Oliveira, Nélson Traquina, António Fidalgo, Rogério Santos, Estrela Serrano, Cristina Ponte, Hugo Aznar, Xosé López, Beate Josephi, entre muitos mais. A eles também o crédito de muito do meu percurso.

Agradeço a tantos e tantos camaradas de profissão com quem fiz uma longa viagem por dentro do jornalismo e a que, de modo mais directo ou indirecto, sempre regresso – como nestas páginas regressei. O que fui e sou, o que fiz e faço, não se entenderia sem essa enorme rede de partilhas e cumplicidades, temperada pelos sucessos e pelos fracassos, pelas esperanças e pelas desilusões, pela luz e pelas sombras. Mas muita e muito intensa vida. Por todos (e até por alguns prematuramente ausentes), nomeio o José Queirós.

Agradeço especificamente a todas e todos os jornalistas do “Público”, do “Jornal de Notícias” e do “Diário de Notícias” que se dispuseram a colaborar no meu inquérito sobre a figura do Provedor do Leitor. E agradeço igualmente aos colegas provedores ou ex-provedores que me ajudaram a compreender melhor essa estimulante função auto-reguladora, contribuindo para o que aqui fica escrito.

Por todos estes, evoco o Jorge Wemans.

No círculo largo que vai para além das esferas mais especificamente profissionais, agradeço a tantas amigas e tantos amigos do peito, que fazem parte inteira da minha vida e que, sobretudo nestes tempos mais recentes, foram parceiros tão solidários desta absorvente lavoura.

Com música ou sem ela, com palavras ou silêncios, cá pertinho ou mais lá longe, na terra chã ou na lonjura do mar, mais a rir ou a chorar, por horas sem fim ou pela alegria breve (e a surpresa, e a saudade) de um instante, tenho a sorte imensa de contar com elas e eles, todas, todos, tanto, sempre.

Não digo nomes, não é preciso. Bem hajam.

Agradeço à família grande em que nasci e à ainda maior em que cresci e cresço, família que me deu tudo o que me deu e me dá tudo o que me dá, com o calor da gente que é uns dos outros, que se ama e se quer bem.

Agradeço muito em particular à minha família mais pequenina com quem mais de perto faço os dias e as noites:

à minha mulher, Estefânia, às minhas filhas, Sara e Mariana, também ao seu marido e meu genro, José Mário, hoje parte da nossa casa.

O agradecimento que lhes dou, com toda a ternura de que o meu coração é capaz, não compensa decerto o tanto tempo que neste tempo lhes roubei, os aborrecimentos, as faltas de paciência, o cansaço, a ausência... Sem o seu apoio e ajuda, sem a sua compreensão, sem o seu amor, sem a sua mão, sei-o bem, não teria chegado aqui.

Obrigado.

E um beijo muito, muito grande para ti, mãe.

Muitas das etapas intermédias desta tese de doutoramento foram desenvolvidas no âmbito da minha participação no projecto colectivo de investigação “*MEDIASCÓPIO – Estudo sobre a reconfiguração do campo da comunicação e dos media em Portugal*”, coordenado pelo Prof. Manuel Pinto, inserido nas actividades do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, e financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), através do Programa Sapiens (POCT /COM/41888/2001).

Resumo

O objectivo central da nossa investigação é tentar compreender as características específicas da profissão de jornalista, seja nos modos como ela é encarada “de dentro” pelos seus directos protagonistas, seja nos modos como ela é olhada e julgada “de fora”, pelo todo social com que interage. Trata-se de uma profissão reconhecida como tal e ‘institucionalizada’ há escassas décadas, e mesmo assim de modos algo vagos em certos países. O pressuposto de que partimos é o de que esta profissão foi sendo o que quis ou pôde ser, mas também o resultado de tensões, equilíbrios e negociações com os diversos actores sociais com que ela, de diferentes modos em diferentes tempos e espaços, se inter-relacionou.

Um segundo objectivo, complementar deste, é compreender qual o papel particular das questões éticas e deontológicas na definição de uma identidade profissional dos jornalistas, bem como os modos em que ela se pode concretizar.

Passamos em revista as mais recentes correntes teóricas ligadas à sociologia das profissões, decorrentes dos paradigmas funcionalista, interaccionista e “do poder”. Seguindo a sugestão interaccionista, focamos a nossa atenção mais no *processo* do que no *resultado* da estratégia de profissionalização dos jornalistas – o seu “projecto profissional” –, conduzidas ao longo de anos. Discutimos ainda as controvérsias em torno do conceito de *profissionalismo*, entendido ora como uma negativa ideologia de controlo (traduzida na apropriação, em regime de monopólio e com o aval do Estado, de um segmento fechado do mercado de trabalho e na valorização social do grupo), ora como um positivo sistema de valores que reclama orientar-se para um serviço desinteressado à comunidade.

Depois de percorrida(s) a(s) história(s) recente(s) de construção da profissão em diferentes países, olhamos mais em detalhe como os jornalistas lidaram com certos ‘traços’ tradicionalmente associados aos grupos profissionais, nos domínios cognitivo, valorativo e normativo. Especificamente, analisamos as questões relacionadas com os variados perfis das suas associações profissionais, com o saber e saber-fazer que lhes é próprio, com a sua responsabilidade social e com o imperativo ético que se lhes coloca.

No capítulo específico da ética, percorremos as mais importantes teorias (éticas deontológicas, teleológicas, consequencialistas, utilitaristas, “ética das virtudes”, “ética dos afectos”, “ética do discurso”), procurando discernir o que nelas há de semelhante e o

que há de diferente. Evocamos também as perspectivas que procuram delimitar uma espécie de “mínimo ético comum”, baseado num pequeno número de proto-normas morais universais, nas quais possa ter as suas raízes não só uma “ética de profissionais”, mas uma mais lata “ética de cidadãos” – que os jornalistas também são.

O entendimento de que as responsabilidades éticas, numa profissão com a influência e impacto social do jornalismo, implicam obrigatoriamente a necessidade de prestação de contas à sociedade, leva-nos depois a analisar as modalidades concretas que essa prestação de contas pode e deve assumir. Identificamos as vantagens da auto-regulação dos *media* e dos seus profissionais (considerando-a o melhor modo de equilibrar liberdade de expressão e de imprensa com responsabilidade), e também os seus limites e fragilidades. Passamos em revista um conjunto de mecanismos e instrumentos de auto-regulação, terminando na figura do *Provedor do Leitor*, que estudamos mais em detalhe, no contexto de um inquérito de opinião junto de jornalistas de três diários portugueses. Este estudo permite concluir que o balanço desta função (recente em Portugal) é genericamente positivo, embora de modos matizados conforme os jornais específicos e conforme os níveis etários dos jornalistas.

Tendo presentes as novas condições em que se exerce o jornalismo na era digital, bem como os novos desafios que se colocam ao “campo jornalístico”, adiantamos a hipótese de que as exigências éticas – contendo obrigatoriamente um exercício competente do ofício – serão cada vez mais centrais na definição de uma identidade profissional específica dos jornalistas. Se alguns dos seus saberes ‘técnicos’ são hoje menos necessários do que no passado (porque outros actores, individuais e colectivos, também produzem e difundem informação no espaço público) ou estão mais acessíveis a qualquer um fora das organizações mediáticas tradicionais, tanto mais importa que os jornalistas aprofundem as marcas diferenciadoras do seu ofício, recuperando (e actualizando) os grandes objectivos que desde o início do processo de profissionalização apontaram como específicos da informação jornalística. Ou seja, a selecção, produção e difusão de informação completa e relevante sobre a actualidade, elaborada segundo critérios de verdade, rigor e interesse público, trabalhada de modo responsável, transparente e *accountable*, e permanentemente aberta tanto à crítica como à auto-crítica, devolvendo aos cidadãos o seu papel de co-protagonistas da comunicação mediática. Esse é, cremos, o caminho necessário para recuperarem toda a confiança do público, com o que tal implica de reconhecimento – e legitimação social – da sua profissão em construção.

Abstract

The main purpose of our research is to try to understand the specific characteristics of the journalistic profession, both in the ways it is regarded “from the inside” by its direct protagonists, and in the ways it is viewed and judged “from the outside”, by the social whole with which it interacts. This is a profession only recently acknowledged as such, and institutionalized in a rather vague form in some countries. Our departing point lies on the presupposition that this job turned to be the profession it wanted or was allowed to be, but it is also the result of multiple tensions, balances and negotiations with the different social actors it dealt with, according to different places and different times.

A second purpose of our work, closely connected with the first one, is to understand the particular role played by the ethical issues in the definition and construction of the journalists’ professional identity, as well as the concrete ways in which they can be actually (and not just rhetorically) assumed.

We review the recent theoretical approaches in the area of the sociology of professions, mainly the ones connected with functionalism, with interactionism and with the so-called “power paradigm”. Following the interactionist ideas, we focus particularly in the *process*, rather than in the *result*, of the journalists’ professionalization strategy – their “professional project” – carried out through the years. We also discuss the controversies around the concept of *professionalism*, regarded either as a negative ideology of control (leading to the monopolistic occupation of a closed share of the labour market, allowed by the state, and to the social valuation of the professional group), or as a positive system of values and principles, claiming to provide the community with a relevant service, on a basis of altruism.

After looking at the recent history (or histories) of construction of the profession in different countries, we proceed in more detail into the ways how journalists dealt with certain ‘traits’ traditionally associated to the professional groups, in the cognitive, evaluative and normative domains. We specifically analyze the issues related to their professional associations, to their particular knowledge and know-how, to their social responsibility and to the ethical demands they are faced with.

In the chapter devoted to ethics, we revisit the most known theories in the field (deontological, teleological, consequentialist and utilitarian ethics, plus “discourse ethics”,

“virtue ethics”, “ethics of care”), trying to find out the similarities, as well as the differences, between them. In the same line of thought, we recall several approaches committed to identify some kind of “common ethical minimum”, based on a few universal moral proto-norms in which not only “professionals’ ethics”, but a broader “citizens’ ethics”, could be rooted.

The understanding that the ethical responsibilities, in a profession with such a social influence as the journalism, will necessarily imply the need to be accountable to the society, leads us to study the concrete modalities in which such accountability can take form. We identify the advantages of media self-regulation (considered the best form of safeguarding both freedom of speech and of the press, and their inherent responsibility), as well as its limitations. After reviewing a set of self-regulatory mechanisms, we concentrate on the figure of the *news ombudsman*, which is analyzed in a more detailed way, especially in the context of an opinion survey made among the journalists of three Portuguese daily newspapers. The discussion of the results of the survey suggests that this self-regulatory mechanism (still recent in Portugal) is generally regarded in a positive mood, although somewhat differently according to the newspapers involved, as well as to the journalists’ age and professional experience.

Looking at the new conditions of the digital era in which journalism is carried on, as well as the new challenges faced by the “journalistic field” as a whole, we develop the argument that the ethical demands – containing necessarily a skillful and competent work on the job – will be more and more central to the definition of a specific professional identity for the journalists. If some of their technical requests and know-how are nowadays not as necessary as they were in the past (because other people produce and disseminate information in the public sphere too), or if they are more accessible to anyone outside the traditional media organizations, then journalists should engage even more strongly in defining the ‘marks’ that make their job different and unique, thus recovering (and updating) the main purposes of the journalistic information as it was claimed from the very beginning of their process of professionalization. That is to say, the selection, production and diffusion of complete and relevant information of the actuality, following criteria of truthfulness, accuracy and public interest, treated in a responsible, transparent and accountable way, and permanently open to criticism and self-criticism, in order to give back to the citizens their place as active partners in the process of media communication. This is, we believe, the way for them to regain public trust, thus helping to the needs of social legitimization of a profession still in construction.

ÍNDICE

Introdução	1
-------------------	----------

CAPÍTULO I

Profissão, profissionalismo e profissionalização	13
---	-----------

1. Profissão: a difícil definição	14
1.1. <i>O paradigma funcionalista</i>	18
1.2. <i>O paradigma interaccionista</i>	23
1.3. <i>Os movimentos críticos e o “paradigma do poder”</i>	27
1.3.1. Johnson e a relação com o poder do Estado	29
1.3.2. Freidson e o controlo do trabalho	30
1.3.3. Larson e o “projecto profissional”	32
1.3.4. Os “mercados de trabalho fechados”	35
1.4. <i>A abordagem sistémica de Abbott</i>	37
2. Da “profissão” ao “processo de profissionalização”	41
2.1. <i>Presente e futuro do estatuto profissional</i>	46
2.1.1. Desprofissionalização	48
2.1.2. Proletarização	50
2.1.3. O caso específico dos jornalistas	54
3. Síntese conclusiva	57

CAPÍTULO II

Jornalistas: a história de construção de uma profissão	61
---	-----------

1. O “princípio da diferenciação”	66
2. Entre o “ser” e o “querer existir” como profissão	71
2.1. <i>Os primórdios do novo ofício</i>	72
2.1.1. O “primeiro jornalista” em França	73
2.1.2. Política e censura em Portugal	76
2.2. <i>O jornalismo industrializado</i>	81
2.2.1. França e a liberdade de imprensa	82
2.2.2. A imprensa popular pioneira nos EUA	85
2.2.3. A nova imprensa em Portugal	88

2.2.4. Espanha no mesmo passo	92
2.2.5. O jornalismo de agência	95
2.2.6. Os “pais” da imprensa moderna	97
2.2.7. Os alvares da industrialização	102
2.3. <i>Um estatuto para os jornalistas</i>	108
2.3.1. A “revolução francesa” na profissão	109
2.3.2. A legitimação por via legal	116
2.3.3. Profissão aberta, território fechado	120
2.3.4. Avanços e recuos do caminho português	123
2.3.5. Hesitações no modelo de formação	127
2.3.6. As ambiguidades de uma identidade fluida	134
2.3.7. EUA: entre o jornalismo “de estórias”...	138
2.3.8. ... e o jornalismo “de informação”	143
2.4. <i>Os desafios do pós-guerra e a consolidação</i>	146
2.4.1. Propaganda e relações públicas	148
2.4.2. A doutrina da objectividade	151
2.4.3. A “revolução das fontes”	154
2.4.4. A responsabilidade social do jornalista	156
2.5. <i>As novas tecnologias e o alargamento do “campo”</i>	159
2.5.1. A Internet e o universo digital	160
2.5.2. A crescente pressão económica	166
2.5.3. Novos desafios éticos	167

3. Síntese conclusiva **172**

CAPÍTULO III

A especificidade dos principais “traços profissionais” no jornalismo **175**

1. Os diferentes figurinos no associativismo	182
1.1. <i>Entre a Ordem e o Sindicato</i>	184
1.2. <i>Prestígio social ou capacidade de reivindicação laboral?</i>	186
1.3. <i>Incluir os “profissionais”, excluir os “amadores”</i>	191
2. Em demanda de um saber próprio	195
2.1. <i>O jornalismo como forma de conhecimento</i>	200
2.1.1. Os <i>media</i> como actores culturais	204
2.1.2. A ciência da “periodificação”	205
2.2. <i>O jornalismo como disciplina autónoma</i>	207
2.2.1. Para além da dicotomia teoria / prática	208
2.2.2. Entre “qualificação” e “competência”	213
2.2.3. Em favor de uma lógica de competência	216
2.2.4. Os “saberes de acção” no cerne do saber profissional	221
2.2.5. Uma nova atenção ao cliente	226
2.2.6. A alternativa da “prática reflexiva”	227
2.2.7. A emergência do paradigma noticioso	230
2.2.8. Como saber o que é, ou não é, notícia?	240
2.2.9. A especificidade do “produto-jornal”	246
2.3. <i>A formação dos jornalistas</i>	248
2.3.1. O dilema da titulação académica	249
2.3.2. A diversidade de opções curriculares	250

2.4. <i>O estatuto do jornalista enquanto profissional especializado</i>	251
2.4.1.- <i>Modos de legitimação</i>	252
3. A responsabilidade e o ideal de serviço público	255
3.1. <i>Entre o serviço público e o interesse privado</i>	257
3.2. <i>Pressão das fontes e pressão das audiências</i>	261
3.3. <i>A responsabilidade social dos media</i>	263
3.3.1. <i>A dupla lealdade do jornalista</i>	265
3.3.2. <i>O Estado, o Mercado – e a Sociedade</i>	267
3.3.3. <i>Liberdade “negativa” e liberdade “positiva”</i>	269
3.3.4. <i>Da regulação pública à regulação social</i>	274
4. A exigência ética e deontológica	277
4.1. <i>No princípio era a ética</i>	277
4.2. <i>Os caminhos diversos da deontologia</i>	279
4.3. <i>Dúvidas e hesitações do modelo português</i>	282
5. Síntese conclusiva	285

CAPÍTULO IV

A centralidade do desafio ético e deontológico	295
1. Ética, moral, deontologia: esclarecer conceitos	296
2. Os dilemas de sempre	299
2.1. <i>Entre o pólo individual e o colectivo</i>	300
2.2. <i>Entre o enfoque deontológico e o teleológico</i>	303
2.3. <i>Entre convicções e responsabilidade</i>	305
3. Os debates contemporâneos em ética	308
3.1. <i>Ética deontológica, ou do dever moral</i>	311
3.2. <i>Ética consequencialista, ou da utilidade</i>	316
3.3. <i>Ética contratualista, ou do acordo</i>	320
3.4. <i>“Ética das virtudes”, ontem e hoje</i>	325
3.4.1. <i>Percurso interno e condições externas</i>	331
3.4.2. <i>Os neo-aristotélicos, de MacIntyre a Nussbaum</i>	334
3.4.3. <i>O complemento de uma “ética dos afectos”</i>	339
4. Habermas e a ética do discurso	344
4.1. <i>A teoria kantiana revista e reformulada</i>	348
4.2. <i>A força da razão, a importância da vontade</i>	352
5. Em demanda da síntese ideal	355
6. Porquê ter um comportamento ético?	361
6.1. <i>Antes das normas, os valores</i>	363
6.2. <i>A hipótese das “proto-normas universais”</i>	366
6.3. <i>A responsabilidade social dos media revisitada</i>	374

7. Exigências e procedimentos do juízo ético	381
7.1. <i>Dominar a regra dominante</i>	382
7.2. <i>Explicitar o processo de decisão ética</i>	384
7.3. <i>Formar-se também para a competência ética</i>	386
8. Da ética à deontologia profissional	388
8.1. <i>As dúvidas dos “mitos fundadores” do jornalismo</i>	390
8.2. <i>Modos de usar a deontologia</i>	394
8.3. <i>O “contrato social” como caminho de legitimação</i>	402
8.4. <i>Jornalistas responsáveis, jornalistas imputáveis</i>	406
9. “Back to basics”, ou seja, “back to ethics”	408
10. Síntese conclusiva	414

CAPÍTULO V

<i>Accountability</i> e regulação da actividade jornalística	419
1. A questão da <i>responsibility</i>	421
2. A questão da <i>accountability</i>	425
2.1. <i>Em busca da quadratura do círculo?</i>	426
2.2. <i>Tipos e níveis de accountability</i>	429
3. De que se fala quando se fala de regulação?	437
3.1. <i>Regulação ‘centrada’ ou ‘descentrada’</i>	438
3.2. <i>Regulação e “mercado livre das ideias”</i>	442
3.3. <i>Uma questão também moral</i>	444
4. O lugar da hetero-regulação	449
4.1. <i>Sistemas políticos e modelos mediáticos</i>	451
4.2. <i>Modos de intervenção do Estado</i>	460
5. A auto-regulação: papel, vantagens e limites	467
5.1. <i>O que a auto-regulação é...</i>	470
5.2. <i>... e o que a auto-regulação não é</i>	473
5.3. <i>Entre as boas intenções e a duvidosa eficácia</i>	476
5.4. <i>Sanções ‘materiais’ ou ‘morais’?</i>	478
5.5. <i>O lugar do público</i>	485
6. Instrumentos e mecanismos auto-reguladores	489
6.1. <i>Conselho de Redacção</i>	491
6.2. <i>Livro de Estilo</i>	493
6.3. <i>Estatutos de Redacção / Códigos Internos</i>	497
6.4. <i>Código Deontológico</i>	499
6.5. <i>Conselho Deontológico</i>	504
6.6. <i>Conselho de Imprensa</i>	506
6.7. <i>Correio dos Leitores e Tribuna Pública</i>	511
6.8. <i>Crítica de Média / Metajornalismo</i>	512
6.9. <i>Provedor do Leitor / do Ouvinte / do Espectador</i>	513

7. Síntese conclusiva	514
------------------------------	------------

CAPÍTULO VI

O Provedor do Leitor	517
-----------------------------	------------

1. Origem e enquadramento	518
----------------------------------	------------

2. Perfil e funções	522
----------------------------	------------

3. As principais controvérsias	526
---------------------------------------	------------

3.1. <i>Sobre a independência</i>	526
-----------------------------------	-----

3.2. <i>Sobre a autonomia</i>	528
-------------------------------	-----

3.3. <i>Sobre o papel</i>	530
---------------------------	-----

3.4. <i>Sobre o(s) poder(es)</i>	533
----------------------------------	-----

3.5. <i>Sobre a eficácia e a utilidade</i>	535
--	-----

4. Vantagens, limitações e riscos	537
--	------------

5. Um estudo de opinião junto dos jornalistas	542
--	------------

5.1. <i>Metodologia</i>	543
-------------------------	-----

5.2. <i>Caracterização da amostra</i>	545
---------------------------------------	-----

5.3. <i>Resultados apurados</i>	548
---------------------------------	-----

5.3.1. <i>Frequência de leitura e grau de concordância</i>	548
--	-----

5.3.2. <i>Interpelações do Provedor e respostas</i>	551
---	-----

5.3.3. <i>Utilidade e eficácia do Provedor</i>	552
--	-----

5.3.4. <i>Origem interna ou externa do Provedor</i>	556
---	-----

5.3.5. <i>Definição do Provedor do Leitor</i>	558
---	-----

5.3.6. <i>Conhecimento externo da figura do Provedor</i>	559
--	-----

5.3.7. <i>Importância relativa da figura do Provedor</i>	560
--	-----

5.3.8. <i>Maiores elogios e maiores críticas</i>	563
--	-----

5.4. <i>Discussão dos resultados</i>	564
--------------------------------------	-----

5.5. <i>Apreciações qualitativas</i>	571
--------------------------------------	-----

6. Síntese conclusiva	577
------------------------------	------------

7. Apêndice	581
--------------------	------------

Conclusão	589
------------------	------------

BIBLIOGRAFIA	625
---------------------	------------

Introdução

O ponto de chegada deste trabalho é o Provedor do Leitor – uma instância de auto-regulação da actividade jornalística, ainda recente entre nós, vocacionada essencialmente para aproximar mais os *media* dos seus públicos e estes daqueles. É uma instância preocupada também em tornar mais transparente e compreensível o exercício do jornalismo nas suas condições concretas de hoje, e empenhada em discutir, assumir e corrigir os erros ou insuficiências do trabalho informativo nos órgãos de comunicação que, livre e voluntariamente, se dispõem a tal. Ou seja, é um bom exemplo de esforço reflexivo e auto-crítico, feito de actos e não só de palavras, por parte de uma actividade (o jornalismo) e de um grupo profissional (os jornalistas) onde desde sempre parecem ter sido mais as posturas de arrogância, auto-complacência e fechamento ‘corporativo’ do que as de humildade, abertura e genuína vontade de aprender a servir melhor os cidadãos.

Mas não é apenas ponto de chegada. Também é ponto de partida deste trabalho o Provedor do Leitor que eu próprio fui, durante dois anos, num jornal diário português – o *Público*. Nesse período, pude experimentar e viver na carne as forças e as fragilidades desta função mediadora, digerindo a oscilação constante entre a sua aura inegavelmente sedutora, mobilizadora para a mudança necessária, e a acumulação de pequenas frustrações ligadas ao peso das rotinas, ao conforto do imobilismo ou à vacuidade de boas intenções que se esgotavam em si próprias.

Não obstante, ser Provedor do Leitor foi, além de tudo o mais, aceder a um privilegiado posto de observação das práticas mediáticas (tanto do lado da emissão como do lado da recepção, que de um e de outro, é bom não esquecer, se faz o processo comunicativo), e, a partir dele, constatar de modo mais claro a existência de um alargado mal-estar em múltiplas vertentes: mal-estar dos leitores face a muito do que o jornal lhes oferecia (e a muitos dos modos como os jornalistas actuavam), mal-estar dos jornalistas face a muito do que se lhes exigia (e nas condições concretas em que era mister responder), mal-estar de uns e outros face às teias e vielas aparentemente inexoráveis em que o “sistema” da comunicação social se enredava e se perdia, pagando tributo mais à sensação do que à razão, mais ao sucesso de audiência do que ao rigor de reporte, mais ao interesse privado do que ao bem público, mais à facilidade (necessidade?) do dizer “sim”

do que à firmeza (utopia?) do dizer “não”. Não se tratou, em boa verdade, de um constatar. Tratou-se, sobretudo, de confirmar aquilo que, ao longo de mais de vinte anos de trabalho profissional como jornalista, em diferentes jornais e nas mais diferentes posições hierárquicas (desde a base incipiente e nervosa do estágio até ao topo da direcção e da administração, passando pelos degraus intermédios do colaborador, repórter, redactor, editor, colunista), fui vendo, ouvindo, pensando – e tentando entender.

Ponto global de partida (e pano de fundo) deste trabalho é, portanto, uma carreira profissional longa e plurifacetada em que pude ir-me apercebendo, a partir “de dentro” mas também com a ajuda de olhares diversos recolhidos “de fora”, dos desconfortos, ambiguidades, contradições, dúvidas e dilemas que atravessam o grupo profissional dos jornalistas – ou, melhor dizendo, os sub-grupos que nele co-existem, nem sempre na mais harmoniosa e pacífica convivência.

Pude aperceber-me de como a imagem que o grupo tem e procura dar de si (mais homogénea nas aparências do que na realidade) coincide pouco com a imagem que dele têm aqueles a quem se destina o seu trabalho – os públicos –, e que, mesmo conservando réstias de fascínio por uma profissão de que nunca esteve ausente um toque de mítico e heróico romantismo, vêm acumulando motivos de desencanto e cepticismo face à nua e crua verdade de uma informação feita “conteúdos” próprios de uma lógica dominante, por vezes quase exclusiva, de mercado frio e competitivo.

Pude aperceber-me de como essa imagem de coesão, de unidade e de um assinalável “espírito de corpo” dos jornalistas – que leva alguns autores a afirmarem mesmo que eles “são uma comunidade profissional com uma forte identidade” (Traquina, 2004b) – parece decorrer mais do estatuto social e jurídico que conquistaram do que da partilha efectiva, reflectida e argumentada, de um núcleo identitário coerente e sólido, reconhecido pelos pares e reconhecível pela sociedade. E é talvez porque se confrontam com “um processo de profissionalização que ainda não terminou”, como diz Traquina (*ibidem*) em complemento à sua anterior afirmação, que os jornalistas dão mostras de uma ‘forte identidade’ que parece, afinal, mais virtual do que real, mais “fluida” (Ruellan, 1993) do que consistente, remetendo-se sobretudo aos planos do simbólico e do retórico e, por isso, resistindo mal a uma confrontação aberta e despreconceituosa tanto com as ideias como com os factos observáveis no dia-a-dia.

Pude aperceber-me da progressiva dificuldade de mobilização colectiva do grupo profissional dos jornalistas, mesmo para as “causas” que lhes seriam à partida mais queridas e prementes (o aprofundamento da reflexão sobre as novas condições de exercício

do *métier*, as alterações jurídicas e regulamentares ao seu estatuto sócio-laboral, as crescentes exigências de uma boa formação inicial e contínua, teórica e prática, a busca empenhada de mecanismos mobilizadores e eficazes de auto-regulação ou co-regulação nos domínios ético e deontológico), o que, sugerindo mais uma vez algum “défice identitário”, se explicará também pelas novas configurações que vêm redesenhando o campo jornalístico tradicional:

- Por um lado, os instrumentos de negociação e contratação colectiva estão hoje muito mais confinados ao universo restrito das empresas concretas (bastante diferenciadas nas suas filosofias, objectivos e modelos de gestão), ou mesmo, dentro delas, à relação bilateral entre empregador e empregado – o que contribui para fragmentar ainda mais um grupo profissional desde sempre repartido por segmentos profissionais muito desiguais, e algo propenso ao individualismo característico de criadores e artistas (criadores e artistas que estiveram, é bom não esquecer, na origem longínqua deste ofício).
- Por outro lado, as evoluções mais recentes no que toca às tecnologias digitais, ao desenvolvimento do multimédia, das telecomunicações e da Internet, com a convergência de meios e suportes que acarretaram, diluíram as fronteiras tradicionais em que se moldara o jornalismo (ou que o próprio jornalismo ajudara a moldar e a fixar), aproximando e misturando os domínios da “informação” e da “comunicação”. Tudo isto trouxe ao campo – agora mais vasto e impreciso – novos protagonistas, novos processos e novos ofícios, contribuindo ainda mais, se assim se pode dizer, para acentuar a relativa fluidez das marcas identitárias dos jornalistas, a ponto de algumas vozes falarem já não de “défice”, mas de “crise de identidade”, e mesmo da necessidade de repensar a própria definição de jornalista.

Ao longo dos últimos anos de trabalho profissional como jornalista – entretanto já associado a uma colaboração com a universidade que haveria de me cativar para uma dedicação exclusiva ao ensino e à investigação do jornalismo – pude aperceber-me, enfim, das distâncias, divergências e incompreensões mútuas, sobre todas estas matérias, entre o mundo dos profissionais e das empresas, e o mundo dos académicos e estudiosos dos *media*, em geral, ou do jornalismo em particular. Mais do que divergências e incompreensões, ou até antes delas, era notória a quase “conversa de surdos” em que frequentemente se perdiam: a dificuldade de simplesmente se ouvirem de parte a parte, de tentarem entender o fundo e a forma das respectivas argumentações, bem como o “lugar da

fala” específico de onde elas eram produzidas, de juntarem esforços e competências para o objectivo comum de esclarecer melhor os problemas em debate – e, no seguimento, trabalhar para os ultrapassar, tanto no nível das teorias como no domínio das práticas. E a questão era tanto mais sensível quanto me parecia evidente (como hoje ainda mais parece) que uma e outra parte teriam, com os seus instrumentos específicos e contextos de trabalho próprios, contributos preciosos para fazer mais luz sobre as matérias que interessa aprofundar, e do labor conjunto acabariam ambas, decerto, por retirar os seus benefícios. O que, pode dizer-se, começa aqui e além já a notar-se, pois alguns claros progressos neste caminho de diálogo têm sido evidentes nos últimos tempos.

Da conjugação de todos estes factores, e do cruzamento entre o “eu-profissional” e o “eu-académico”, onde se misturaram observações e preocupações, práticas reais e análises teóricas, experiências vividas e reflexões com interlocutores tanto do mundo dos *media* como do mundo das universidades, nasceu a vontade de fazer este trabalho: um trabalho sobre o jornalismo ou, dito com mais propriedade, um trabalho sobre o jornalismo enquanto profissão – e sobre os jornalistas, hoje, aqui.

O objectivo central da investigação proposta é tentar compreender os contornos e as especificidades da profissão de jornalista (uma profissão reconhecida como tal e ‘institucionalizada’ há escassas décadas), seja nos modos como ela é encarada e tratada pelos seus directos protagonistas, seja nos modos como ela é olhada e julgada pelo todo social em que está inscrita e com que interage. O pressuposto é, naturalmente, o de que a profissão foi sendo o que quis ou pôde ser, mas também o resultado (instável, mutável, situado) de tensões, de equilíbrios, de negociações com os diversos actores sociais com que ela, de diferentes modos em diferentes tempos e espaços, se inter-relacionou.

Pretendeu-se conhecer, identificar e analisar os elementos que, de algum modo, concorrem para configurar uma determinada identidade profissional, mesmo sabendo que, no caso do jornalismo, eles são declinados de maneiras algo particulares – a ponto de haver quem, à luz de exclusivos critérios estruturo-funcionalistas, e tomando por referência o modelo típico das profissões liberais ‘estabelecidas’, como as de médico ou advogado, preferisse considerar o jornalismo uma “meia profissão” ou uma “quase profissão”. Até por isso, e mesmo sem perder de vista o desejo de conhecer e caracterizar os jornalistas nos tempos de hoje, pareceu especialmente recomendável olhar com alguma atenção para o passado, para os processos e estratégias que levaram à progressiva afirmação do jornalismo como uma actividade e um domínio de saber autónomo, distinto de ofícios próximos da sua “fronteira” (quando não desejosos de a derrubar), e,

paralelamente, à afirmação dos jornalistas como autênticos profissionais e legítimos cultores dessa actividade.

Como se sabe, este foi um percurso sinuoso e acidentado, que em rigor nem se pode dar ainda por concluído, se é que alguma vez o será: a “contradição de base” entre um perfil profissional que ora se reclama mais do artístico, ora mais do técnico, que ora reclama a autonomia própria de um profissional liberal, ora se associa aos constrangimentos laborais de um trabalhador assalariado, que ora reivindica um saber e um saber-fazer altamente especializados, ora encara de soslaio eventuais exigências de titulação académica para aceder legalmente à profissão, acompanha o jornalista praticamente desde as origens. Se estas particularidades o ‘diminuem’ como profissional, ou se são antes os ingredientes próprios de um *métier* juridicamente reconhecido e socialmente legitimado (além de poderosamente influente), é matéria que se espera ajudar a esclarecer ao longo das páginas deste trabalho.

As tentativas de clarificação começam, aliás, logo no **Capítulo I**, onde se passam em revista as mais recentes correntes teóricas ligadas à sociologia das profissões. Indo além das doutrinas funcionalistas que, tradicionalmente, esgotavam a caracterização de uma profissão na inventariação de um conjunto de atributos ou ‘traços’ que obrigatoriamente haveria de se possuir, novas abordagens (decorrentes das perspectivas interaccionistas) chamaram a atenção mais para o *processo* de construção de uma profissão do que para o *resultado*. Com isso atribuíam uma especial importância e significado às *estratégias de profissionalização* prosseguidas pelos grupos ocupacionais, em tempos e espaços históricos bem situados, com vista a obterem esse estatuto. Mais ainda, uma corrente de estudos particularmente crítica da chamada “*ideologia do profissionalismo*” – ou do profissionalismo enquanto ideologia – foi pondo em destaque, nas últimas décadas do século XX, a questão do poder como móbil das profissões (e dos grupos que a tal aspiravam), poder esse traduzido na apropriação, em regime de monopólio e com o aval do Estado, de um segmento fechado do mercado de trabalho, cujo acesso se controlava e cujas regras de conduta se auto-regulavam. Todos estes contributos teóricos – somados ainda à verificação e análise de recentes tendências no sentido de alguma *desprofissionalização* ou de *proletarização* das actividades do trabalho – parecem desenhar um pano de fundo mais adequado à análise do “projecto profissional” dos jornalistas e das complexidades que amiúde o envolveram.

O passo seguinte é, pois, o mergulho no percurso histórico, desenvolvido de modo mais sistemático sobretudo a partir de meados do século XIX, que levou à autonomização

da actividade do jornalismo e ao esboçar de uma profissão própria. Disso trata o **Capítulo II**, passando especialmente em revista os cenários de França e dos Estados Unidos, onde, de modo algo esquemático, podemos situar as raízes das duas tradições mais fortes – a “político-literária”, associada ao “modelo europeu”, e a “informativa” associada ao “modelo anglo-americano” – que acabaram por construir o moderno jornalismo. Uma atenção particular é, naturalmente, dada ao desenvolvimento do processo em Portugal, que teve também as suas especificidades, muito decorrentes do seu contexto político e social. Ao longo deste percurso vão emergindo, entretanto, os principais elementos que é comum associar ao profissionalismo, sejam os do domínio *cognitivo* (um saber próprio, formal, codificado e transmissível, e um saber-fazer especializado), sejam os do domínio *valorativo* (um determinado estatuto social, um “espírito de corpo” traduzido em associações profissionais com poderes importantes), sejam os do domínio *normativo* (a invocação da prestação de um serviço público em moldes responsáveis e altruístas, o compromisso com um conjunto de valores éticos e de normas deontológicas). Emergem de modos diversos conforme os países e as épocas, emergem com as suas certezas e as suas contradições, mas é neles que o grupo dos jornalistas vai procurando alicerçar as bases da sua profissão, com isso tentando obter o *reconhecimento* e a *legitimação*, tanto na esfera jurídico-legal como no plano social.

O **Capítulo III** retoma, assim, cada um destes elementos à vez, procurando dissecá-los mais em profundidade, já para além da envolvente histórica em que despontaram. No domínio valorativo, aborda-se a questão do *associativismo* dos jornalistas e vê-se como aí se manifestaram até hoje, de modo exemplar, as hesitações e ambiguidades de um grupo profissional dividido entre um vasto leque de pertenças possíveis. No domínio cognitivo, analisa-se com algum detalhe a questão particularmente sensível dos *saberes* próprios do jornalismo – e em especial das exigências associadas a um “*saber profissional*” que é “*saber de acção*” e que, portanto, deve ultrapassar as dicotomias teoria/ prática ou pensar/ fazer, traduzindo-se num “*modelo de competência*” que aos conhecimentos formais e às técnicas associa também saberes relacionais e comportamentos éticos. No domínio normativo, aborda-se, num primeiro momento, a questão da *responsabilidade* dos jornalistas (quer na sua articulação com a simétrica liberdade, tanto “negativa” como “positiva”, quer na sua associação ao repto mais vasto da responsabilidade social dos *media*) e, num segundo momento, a *exigência ética e deontológica* que cada vez mais se vai percebendo como ingrediente nuclear, constitutivo, da identidade desta profissão.

Porque assim parece ser – como esta tese, basicamente, pretende demonstrar –, o **Capítulo IV** é integralmente dedicado à temática da ética e da deontologia. Definem-se os conceitos (nem sempre usados com os mesmos sentidos para todos os interlocutores), evocam-se as grandes controvérsias e passam-se em revista as principais correntes e sub-correntes que dominam os debates contemporâneos em torno da ética: as deontológicas, as teleológicas, as utilitaristas, as contratualistas, a “ética das virtudes”, a “ética do discurso”, as mais recentes “ética social” e “ética dos afectos”, todas elas trazendo, nos seus enfoques particulares, algo de relevante à reflexão de uma matéria tão sensível para o jornalismo. Referem-se, por outro lado, diversas tentativas de encontrar pontes de ligação e de síntese entre teorias, bem como o empenho de alguns em propor um “*mínimo ético comum*” – traduzido num reduzido número de proto-normas morais essenciais e universais – em que todos pudessem rever-se. Antes de passar ao domínio mais específico da deontologia profissional dos jornalistas – e dos diversos modos com que ela é (mal)tratada –, explica-se a importância da precedência da ética sobre a deontologia (são os valores que fundamentam e questionam as normas), bem como a vantagem de inscrever a “*ética dos profissionais*” numa mais vasta e englobante “*ética de cidadãos*” que eles também são – com isso recolocando *o público* no centro da comunicação mediática.

Se o tema da ética e da deontologia esteve presente desde o início, e em lugar central, nas estratégias de reivindicação dos jornalistas a um estatuto autenticamente (e legitimadamente) profissional, por maioria de razão parece dever estar nos tempos que correm, quando outros elementos distintivos perderam alguma da sua força – e, em contrapartida, o campo tradicional do jornalismo passou a conviver com outros ofícios, perfis, processos e motivações da área mais lata da comunicação. Daí a sugestão feita de um “*back to basics*”, que no caso assume a forma de “*back to ethics*” – e onde, afinal, os jornalistas podem / devem ancorar o núcleo essencial e diferenciador da sua *identidade profissional*. Mas, para que tal não se fique pelo simples enunciado de bons propósitos, e para que a responsabilidade assumida nesse domínio seja traduzida em práticas, há que *prestar contas* ao público – pois é precisamente no *direito do público à informação* que o jornalismo encontra a sua razão de ser e a sua legitimidade.

Este imperativo de ‘prestação de contas’ (ou *accountability*) é tratado no **Capítulo V**, que se debruça também sobre as modalidades concretas que ele pode assumir, seja no contexto de uma *hetero-regulação* imposta pelo Estado à actividade dos *media*, seja sobretudo no contexto de uma (a vários títulos preferível) *auto-regulação* dos jornalistas e das empresas jornalísticas relativamente ao seu próprio trabalho. Relevando a importância

de dar corpo efectivo à responsabilidade assumida sem, contudo, em algum momento pôr em risco a necessária liberdade que é trave-mestra do jornalismo (e da democracia), apontam-se as vantagens da auto-regulação, feita pelos próprios pares mas voluntariamente alargada também a alguma participação pública – sem esconder os riscos e limitações que por vezes a tolhem –, e insiste-se na importância de que ela seja consequente, genuína e eficaz. É esta uma posição que se defende não só para obviar a tentações de um maior intervencionismo externo, que existem e podem medrar em situações de algum laxismo ou isolamento corporativo, mas sobretudo porque parece ser o modo mais correcto de exercitar responsabilmente a liberdade de expressão “em representação” do público e de, assim, estar nas melhores condições de servir bem o seu direito a uma informação livre, rigorosa e eticamente conduzida.

Vários mecanismos e instrumentos, entre mais antigos ou mais inovadores, têm sido postos em prática para concretizar esta vontade auto-reguladora – que é, simultaneamente, uma maneira de municiar e fortalecer o “*arsenal da democracia*”, para usar os termos de Claude-Jean Bertrand (1999) e dos seus M*A*R*S*, ou seja, “Meios de Assegurar a Responsabilidade Social” dos *media* – e dos principais se dá conta neste trabalho. De todos, e em parte pelas razões atrás expostas, escolhe-se particularmente um: o *Provedor do Leitor*. A ele se dedica o **Capítulo VI** (e último) desta tese, tomando-o como uma espécie de “estudo de caso” e articulando a sua análise, em consonância com a globalidade do trabalho, com o objectivo específico de avaliar o modo como os jornalistas se relacionam com este instrumento auto-regulador concreto, como o encaram, como o julgam, como o aproveitam e lhe dão sentido.

A metodologia seguida nesta investigação de carácter empírico – sem prejuízo da experiência concreta que acumulei nos dois anos em que exerci o cargo, e que certamente contribuiu para a minha investigação em termos de uma espécie de “observação participante” tanto informal quanto despretensiosa – foi a de um inquérito de opinião ao conjunto dos jornalistas de três diários portugueses que, à data, tinham Provedor do Leitor. As conclusões sugerem, no essencial, que é esta uma instância de auto-regulação encarada de modo globalmente positivo pelos jornalistas, quer no que respeita ao seu trabalho específico, quer no que traz de acrescento à sua maior ligação e interacção com os leitores – afinal, um dos elementos principais de uma comunicação social responsável e eticamente exigente, porque entendida não como *um fim* em si próprio (ou fim para a prossecução de interesses particulares), mas como *um meio* para servir o bem público e reforçar as condições de participação informada e crítica dos cidadãos nos seus destinos colectivos.

O Provedor do Leitor é, então, o ponto de chegada (e lugar de concretização) de um itinerário longo e ramificado, mas que se pretendeu lógico e coerente, caminhando progressivamente do mais global para o mais particular: as profissões em geral, o processo histórico de profissionalização dos jornalistas, a declinação específica que fizeram dos seus principais ‘traços’ ou atributos profissionais, o lugar central de um desses atributos (o desafio ético-deontológico), as exigências de responsabilidade e de prestação de contas que lhe vão associadas, as modalidades concretas de auto-regulação do trabalho jornalístico, o exemplo particular do Provedor do Leitor. Mais do que ponto de chegada, este é o elemento “de fecho” que procura, através da investigação realizada, ilustrar como um instrumento auto-regulador pode ajudar a mobilizar os jornalistas para que coloquem as questões éticas e deontológicas no cerne das suas preocupações profissionais.

A hipótese que se colocou no início da investigação (e que se entende ter sido confirmada, como se procurará evidenciar ao longo das páginas deste trabalho e, em síntese, na sua conclusão final) é a de que a *exigência ética e deontológica*, traduzida num compromisso irrecusável com um conjunto de princípios e valores básicos, bem como com as normas de conduta que deles decorrem, é um *elemento nuclear da identidade profissional dos jornalistas*. E se assim pareceu ser desde os inícios, quando o grupo profissional se empenhou em definir as marcas próprias e diferenciadoras da sua actividade – do seu “saber”, do seu “saber-que-fazer”, do seu “saber-fazer”, do seu “saber-estar” e do seu “saber-ser” –, mais o é nos tempos actuais, em que o jornalismo deixou de ter o monopólio da pesquisa, recolha, tratamento, elaboração e difusão de informação no espaço público, partilhando-a hoje com uma multiplicidade de actores e de procedimentos que se regem pelas mais variadas motivações, interesses e propósitos. Daí que a linha separadora entre o que é e não é jornalismo (ou, paralelamente, entre quem é ou não é jornalista) passe porventura cada vez menos por “**aquilo**” que se faz, “**onde**” se faz ou “**quando**” se faz. Em contrapartida, passa mais, e cada vez mais passará, pelo:

- “**como**” se faz – com que transparência de processos, com que regras de conduta, com que adequado saber profissional, com que compreensão dos ‘bens internos’ da comunicação social, com que respeito pela vida, pela dignidade de toda a pessoa humana e pela verdade;
- “**porquê**” se faz – com que entendimento da importância do direito à informação, com que capacidade de interpretação do interesse público e

correlativa capacidade de selecção da informação pertinente, com que apego à liberdade de pensamento e de expressão;

- “**para quê**” se faz – com que empenho na defesa da informação livre e socialmente relevante como pedra basilar da democracia, com que crença na importância da autonomia dos leitores, com que desejo de servir os cidadãos e contribuir para a sua participação crítica e qualificada nos destinos públicos.

Só assim os jornalistas poderão reivindicar globalmente uma identidade profissional própria e bem definida, só assim poderão ultrapassar as crescentes suspeitas e desconfianças de que vêm sendo alvo (muitas vezes com boas razões, por mais que isso lhes doa), só assim poderão estabelecer sem ambiguidades as condições para o seu *reconhecimento social* – e, sobretudo, para a *legitimação* do seu estatuto social e do enorme poder que ele lhes coloca nas mãos.

* * *

Uma vez que este trabalho se pode considerar, em alguma medida, como produto da intersecção de dois percursos profissionais – o do jornalista, ao longo de mais de 20 anos, e o do académico e investigador, essencialmente no último lustro –, permito-me terminar esta apresentação citando um trecho de Gilles Gauthier (1992: 13) sobre a relação entre estes dois “mundos”, no domínio particular que aqui é objecto de estudo:

“É efectuando abertamente e sem falsa vergonha (...) o trabalho teórico que os universitários podem ser mais úteis, em ética como no resto, aos jornalistas e à sociedade. A sua tarefa não é, primariamente, uma tarefa de ‘intervenção social’. Não é perorando na praça pública sobre a moralidade dos media nem dando lições disso aos jornalistas que os universitários podem desempenhar uma função válida. É, antes, tentando aprofundar teoricamente as questões da ética jornalística, em particular a questão dos seus fundamentos, que os investigadores podem, ao lançar luz sobre as práticas dos jornalistas, dar um certo contributo à prática do jornalismo.

“Há uma tensão permanente entre os jornalistas e os analistas universitários do jornalismo, com os primeiros lançando aos segundos uma

acusação – frequentemente merecida – de se abstrair do mundo real. Mas esta tensão é em boa parte benéfica. Existe, de facto, um perigo no trabalho teórico: intelectualizar a realidade. E os jornalistas podem ter razão em querer trazer os teóricos para a terra. Este risco, no entanto, não deve levar a que se abdique do exercício da inteligência.

“Os jornalistas deixam de ter razão quando se lançam no anti-intelectualismo. Um perigo mais grave do que a abstracção ameaça os investigadores universitários: o de não exercerem plena e adequadamente a sua função teórica. Assumindo-a abertamente, eles favorecem o esclarecimento da sua relação com os jornalistas e da sua contribuição possível para a prática jornalística.”

Talvez este trabalho pareça, nuns momentos, o trabalho de um “velho” jornalista que tentou aproximar-se da exigência formal e do rigor científico do campo académico em que agora está inserido, e, noutros momentos, o trabalho de um “jovem” académico que quis esclarecer e entender melhor os meandros práticos e concretamente situados do campo jornalístico em que durante tantos anos esteve intensamente mergulhado.

Pode ele, no fim de contas, não ter atingido exactamente nem um nem outro propósito – ficando, afinal, prisioneiro de indefinições e hesitações “a meio caminho” de ambos. Em contrapartida, numa visão mais optimista (e porventura imodesta), pode ter beneficiado em alguma medida dos contributos recolhidos da experiência nos dois campos de actividade que foram coexistindo, com isso complexificando, mas também alargando e enriquecendo, a abordagem de uma temática tão sensível como esta.

Não é ao autor, porém, que cabe o juízo sobre se conseguiu, ou não, gerir adequadamente esta dupla pertença.

* * * * *

I – Profissão, profissionalismo e profissionalização

*“Le journalisme n’est pas une profession,
car ce qui constitue une profession, c’est qu’on s’y prépare
et que, cette préparation terminée, on l’embrasse.
Or, dans le journalisme, il n’existe ni apprentissage ni diplôme ni certificat”.*

*Édouard CHARTON, “Dictionnaire des professions
et guide pour le choix d’un état”, 1842*

Quando o investigador francês Denis Ruellan chama a atenção, com uma perspicácia a que não faltará também uma ponta de ironia, para esse “hábito de linguagem” que costumava levar um jornalista a auto-denominar-se “*jornalista profissional*”, sendo certo que “nunca dizemos *professor profissional*, *advogado profissional* ou *agricultor profissional*” (Ruellan, 1993: 11, realces do autor), ele está a expor, afinal, uma ambiguidade que desde há décadas acompanha este grupo profissional (ou ‘grupo ocupacional’, como outros prefeririam) e torna difícil a definição dos seus contornos. O que poderia parecer uma formulação pleonástica, destinada apenas a enfatizar o óbvio, acaba por ser a tradução pública e notória da necessidade, sentida por grande parte dos jornalistas, de sublinharem o carácter **especializado**, **autónomo** e **nobre** da actividade que exercem a título permanente e remunerado – além de, habitualmente, exclusivo. Insistir em adjectivar o jornalista de “*profissional*” pressupõe que pode, de facto ou de direito, haver jornalistas “*não profissionais*” – com isso podendo significar-se desde “amadores” a “diletantes”, passando por “aprendizes”, “principiantes”, “incompetentes” – o que, só por si, é revelador de uma dificuldade de definição e de delimitação nada comuns nas chamadas ‘profissões estabelecidas’, reconhecidas e interiorizadas pela opinião pública com base no modelo do profissional liberal (médico, advogado, engenheiro, arquitecto).

A dificuldade de delimitação clara do âmbito de actividade dos jornalistas enquanto profissionais caminha, como parece óbvio, a par da dificuldade de definição clara e inequívoca da sua própria actividade: o jornalismo. E é a luta (ainda muito recente, ainda porventura inacabada) pela afirmação desta actividade como uma actividade

autónoma, específica, cientificamente caracterizável e merecedora de um reconhecimento social particular, que impele os seus intérpretes a assumirem-se como profissionais, a afirmarem-se como os únicos legítimos ocupantes deste ‘espaço’ e a traçarem uma linha divisória que exclua todos os “não profissionais”.

Pretendemos, neste primeiro capítulo, situar o debate em torno da profissão de jornalista no debate mais amplo sobre o próprio conceito de **profissão** e os modos diversos como ele tem sido desenvolvido ao longo das últimas décadas. Pretendemos também, sobretudo a partir dos novos contributos fornecidos pela sociologia das profissões (e, mais globalmente, da sociologia do trabalho) na segunda metade do século XX, alargar as visões demasiado estáticas do conceito, inscrevendo-o na lógica mais dinâmica e polifacetada das **estratégias de profissionalização** dos grupos ocupacionais e do sistema de valores ou da ideologia associados ao **profissionalismo**. Este conjunto de perspectivas complexifica e enriquece as abordagens baseadas apenas na análise das profissões enquanto conjunto de requisitos ou ‘traços’ distintivos que se tem ou não se tem, e pode ajudar a uma melhor compreensão das especificidades do ofício jornalístico, seja nos modos como procurou construir-se durante os dois últimos séculos, seja nas imagens (mais reais ou mais virtuais) que hoje procura dar de si, seja ainda nas representações que dele têm quantos de algum modo contactam com a sua actividade e lhe ‘sofrem’ as consequências – ou seja, todos nós, em maior ou menor grau¹. Trata-se, afinal, de procurar compreender melhor como este grupo tem tentado afirmar uma determinada **identidade profissional** e como ela se articula com os novos contextos que actualmente a desafiam.

1. Profissão: a difícil definição

O estudo sistemático das profissões, designadamente no âmbito da sociologia, tem uma tradição muito recente na Europa. Nos países do universo anglo-saxónico, já de há várias décadas se faz a distinção entre *professions* e *occupations*, sendo que as primeiras

¹ Dadas as características específicas deste nosso trabalho, entendemos que não se justificaria um tratamento demasiado pormenorizado de matérias que têm sido muito dissecadas no domínio da sociologia, e em particular da sociologia do trabalho. Assim, entendemos ater-nos, nos aspectos essenciais, aos estudos realizados por Dubar & Tripier (1998) e por Rodrigues (2002) no âmbito da sociologia das profissões, sem prejuízo de tentarmos complementá-los, sempre que se justifique, com outros contributos da literatura especializada nesta área.

viram até, no caso dos Estados Unidos da América, definidas as suas atribuições num texto legal – o “*Taft Hartley Act*”, diploma promulgado em 1947 e que “distingue juridicamente as *professions* com estatuto que têm direito às ‘associações profissionais’, das simples *occupations*, cujos membros têm simplesmente o direito de aderir a sindicatos” (Tripier, *apud* Dubar, 1996: 186). Aí, o atributo de **profissão** está reservado, sem grandes equívocos, às actividades que preenchem os requisitos habitualmente associados às profissões liberais, e traduz-se na concessão, aos seus membros, de alguns direitos particulares, como os de “se constituir em associação autónoma e reconhecida, interditar o exercício da actividade aos não-membros, organizar a formação” (Dubar, 1998: 7). Ou seja, trata-se de uma classificação “oficial” que, não obstante, acaba por ter também “consequências sociais e económicas” (Freidson, 1998: 53). Aos titulares de *occupations*, em contrapartida, não cabem tais regalias ou reconhecimento.

Não é isto que sucede na generalidade dos países europeus (e designadamente em França – onde desde a década de 70 do século XX começaram a desenvolver-se estudos especificamente no domínio dos grupos profissionais² –, ou em Portugal), onde o termo “profissão” sempre teve uma utilização mais genérica, e portanto mais indefinida. Claude Dubar e Pierre Tripier (Dubar & Tripier, 1998: 9-11) fazem uma boa síntese dos três principais “universos de significação” associados ao uso do termo “profissão” em francês, mas cuja correspondência com o termo em português é total. Assim, ela tanto pode ser

- 1) “qualquer coisa que se enuncia publicamente e que está ligada a crenças político-religiosas” (é a chamada ‘profissão de fé’, o ‘professar certas crenças ou valores’), como
- 2) “o trabalho que se faz, na medida em que nos permite viver graças ao rendimento que dele retiramos” (esta acepção é próxima da ‘ocupação’ e costuma incluir-se nos elementos básicos de identificação de uma pessoa, a par de nome, estado civil, naturalidade, residência...), ou finalmente como
- 3) “conjunto de pessoas que exercem o mesmo ofício” (e o sentido, aqui, é próximo do de ‘corporação’ ou de ‘grupo profissional’)³.

² O texto de Jean-Michel Chapoulie, “*Sur l’analyse sociologique des groupes professionnels*”, publicado em 1973 na *Revue Française de Sociologie* (XIX), é considerado o trabalho fundador da sociologia das profissões em França.

³ Acresce que, como atrás se apontava, o adjectivo “*professionnel*” também pode ter, ele próprio, diversas conotações, tanto significando que se pertence a determinado grupo profissional como que se é experimentado, competente ou particularmente empenhado naquilo que se faz. E esta enorme polissemia do termo acaba, como sugere Dubar (1996) por ser “favorável a todas as manipulações simbólicas”.

Dubar & Tripier acrescentam, entretanto, a estes três sentidos tradicionais um quarto, mais recente, de profissão “como função” ou como “posição profissional num organigrama” (*ibid.*: 12).

E é em paralelo com estes quatro sentidos do termo que propõem também quatro “pontos de vista diferentes sobre a actividade do trabalho” (*ibid.*: 12-13) subjacentes, em seu entender, a cada um deles:

- a) profissão = declaração (aponta para uma “identidade profissional”)
- b) profissão = emprego (corresponde a uma “classificação profissional”)
- c) profissão = ofício (pressupõe uma “especialização profissional”)
- d) profissão = função (significa uma “posição profissional”).

São pontos de vista, como dizem os autores, que “dependem dos sistemas de referência que escolhermos”, dos “modos de classificação” em vigor em determinados contextos, mas também “das valorizações afectivas de cada um”: “Nem todos [estes] pontos de vista são possíveis relativamente a todas as actividades de trabalho que denominamos, em francês, profissionais” (*ibid.*: 13). Daí que o acto aparentemente simples de declarar ou definir a sua profissão implique, segundo os mesmos autores, um trabalho a um tempo cognitivo, afectivo e conativo.

Olhado numa perspectiva histórica, um estudo comparativo das profissões pode, entretanto, segundo Dubar & Tripier (*ibidem*), seguir três perspectivas diversas e complementares, cada uma fazendo luz sobre diferentes aspectos desta forma de organização no contexto da sociedade:

- 1) as profissões como “formas históricas de organização social, de categorização das actividades do trabalho que constituem desafios políticos, inseparáveis da questão das relações entre o Estado e os indivíduos” (profissões como os “grupos intermédios” tal como definidos por Émile Durkheim⁴);

⁴ Durkheim desenvolveu esta questão sobretudo na obra “*Sobre a divisão do trabalho social*” (1893). Partindo da análise sobre o fim das corporações que organizaram durante séculos a velha estrutura social, e considerando “não ser possível que esta organização interna desapareça sem nada que a substitua”, defendeu que um papel idêntico a esse poderia e deveria, no nosso tempo, ser desempenhado em particular pelos grupos profissionais: “Uma nação apenas se pode manter se se intercalar entre o Estado e os particulares toda uma série de grupos secundários que estejam bastante próximos dos indivíduos para os atrair fortemente para a sua esfera de acção e para os arrastar, desse modo, para a torrente geral da vida social. (...) Os grupos profissionais estão aptos a desempenhar este papel; aliás tudo a isso os conduz” (Durkheim, 1893/2001: 386-387).

- 2) as profissões como “formas históricas de realização de si, quadros de identificação subjectiva e de expressão de valores de ordem ética com um significado cultural”;
- 3) as profissões como “formas históricas de coligação de actores que defendem os seus interesses tentando assegurar e manter um mercado de trabalho fechado, um monopólio para as suas actividades, uma clientela garantida para o seu serviço, um emprego estável e uma remuneração elevada, um reconhecimento da sua especialização [*expertise*]”, o que consubstancia um desafio sobretudo económico.

É a partir destes três tipos de desafios ou interpelações (político, ético-cultural, económico) que Dubar & Tripier (*ibid.*: 14) sintetizam o triplo objecto que encontram para a sociologia das profissões, tal como a desenvolvem: “a organização social das actividades de trabalho, a sua significação subjectiva, e os modos de estruturação dos mercados de trabalho”.

De certo modo, é a sucessão destas três perspectivas (e da sua valorização relativa em cada momento histórico) que vamos também encontrar nas grandes abordagens teóricas da sociologia das profissões ao longo do século XX. Os primeiros estudos foram dominados pelas teorias sociológicas funcionalistas, tendendo a olhar as profissões (à imagem das profissões liberais) como “um modelo superior e completo (...), a que as restantes ‘ocupações’ não conseguiam alcandorar-se” (Rodrigues, 2002: viii). Num segundo momento, é o paradigma interaccionista, com origem na Escola de Chicago, que começa a dominar as abordagens, pondo em relevo as profissões já não como **modelo** mas como **processo**, e ressaltando não tanto as suas características ou atributos, mas as condições concretas do seu exercício, a partir de interacções entre os actores sociais (*ibid.*: 25). Num terceiro momento, há uma variedade de estudos que procuram não só uma espécie de síntese dos dois paradigmas (funcionalista e interaccionista), como vão mais além, introduzindo nas abordagens as dimensões histórica e económica (como, por exemplo, o controlo dos mercados de trabalho), chamando a atenção sobretudo para o **poder** das profissões (*ibid.*: 47), bem como para as **estratégias** dos grupos profissionais na conquista e preservação desse poder.

Pode valer a pena analisar um pouco mais de perto estes três tipos de abordagens, pois é também à sua luz que tem sido debatida a questão, inicialmente enunciada, de saber se o jornalismo é ou não, e como, uma profissão, e se os jornalistas podem ser

considerados “profissionais” – havendo que entender, então, o que é que isso efectivamente quer dizer. Complementarmente a estas três abordagens, referiremos ainda uma quarta – a de Andrew Abbott (1988) – por se tratar de um esforço mais global de compreensão sistémica das profissões.

1.1. - O paradigma funcionalista

É no paradigma funcionalista que se inscrevem (mesmo sem explicitamente o dizerem) as mais frequentes classificações sobre as actividades de trabalho, nomeadamente ao afirmarem que só pode ser considerada profissão aquela que possuir um conjunto bem preciso de ‘traços’ ou atributos. É definido, assim, um ideal-tipo de profissão, sendo as ocupações que só satisfazem alguns desses critérios consideradas “não profissão”, “quase-profissão”, “semi-profissão”, conforme os casos e os autores. Há mesmo quem, com base nesta lógica, tenha proposto “escalas” para “medir quanto profissionalismo possuíam determinadas ocupações” (Rodrigues, 2002: 7).

A perspectiva funcionalista dominou boa parte da sociologia das profissões até finais da década de 1960 (MacDonald, 1999), e nela era bem visível, de acordo com a generalidade dos autores, a influência dos trabalhos de Durkheim, nos finais do século XIX e inícios do século XX:

Em França, Durkheim (1893) foi sem dúvida o primeiro sociólogo a defender uma argumentação sobre a evolução conjunta das actividades económicas e das formas de organização social que desemboca numa concepção – que alguns julgarão demasiado normativa – dos grupos profissionais (Dubar & Tripier, 1998: 67).

Os trabalhos de Carr-Saunders e Wilson em Inglaterra, designadamente a sua obra *The Professions* (1933), bem como os de Parsons nos Estados Unidos, particularmente o seu texto inicial *The Professions and the Social Structure* (1939), constituem outras tantas abordagens de uma teoria funcionalista que procura descrever e avaliar a influência das organizações profissionais nas sociedades modernas e que, de acordo com Dubar & Tripier (*ibid.*: 68), se poderia sintetizar em três grandes proposições de partida, articuladas umas nas outras:

- O desenvolvimento, a restauração e a organização das profissões estão no cerne do desenvolvimento das sociedades modernas,
- porque elas asseguram uma função essencial: a coesão social e moral do sistema social,

- e representam, por esse facto, uma alternativa à dominação do mundo dos negócios, do capitalismo concorrencial e da luta de classes.

Durkheim inscreve a necessidade de restauração dos “grupos profissionais” no contexto do desaparecimento progressivo, que constatou, dos grupos sociais que funcionavam como intermediários entre o indivíduo e o Estado, e que foi responsável por aquilo a que chamou “anomia” – um “enfraquecimento da consciência das normas e do laço [*lien*] social” (*ibid.*: 70), supostamente tornado um “estado crónico no mundo económico moderno”. Neste contexto, a criação e fortalecimento de grupos profissionais bem definidos e organizados (ao contrário das velhas corporações), elevados à categoria de instituições públicas, poderiam recuperar esse papel mediador, exercendo uma “função reguladora” nas questões económicas e, simultaneamente, um “poder moral” capaz de conter egoísmos individuais, desenvolver a solidariedade e impedir o triunfo da lei do mais forte. A perspectiva de Durkheim, tal como a desenvolveu em *Sobre a divisão do trabalho social* (1893), era de que, no futuro, a moderna organização social e política se alicerçaria numa base exclusivamente, ou quase exclusivamente, profissional. E desse novo modelo de organização constaria sempre, como condição essencial de uma regulação eficaz nos planos económico e do trabalho, a exigência de uma consciência moral por parte das pessoas implicadas, um “corpo de crenças” comuns:

(...) como as realidades económicas invadem cada vez mais todas as esferas da vida social, é no próprio coração da economia que é necessário, segundo Durkheim, restabelecer as formas de regulação e de integração morais que permitirão vencer a anomia. De onde o lugar central atribuído à organização profissional e cuja justificação é essencialmente moral, pois ela constitui uma das instâncias de socialização dos indivíduos e a forma moderna de regulamentação contratual das actividades. Se a escola é essencial para assegurar a educação moral de base, ela é insuficiente para permitir a integração concreta dos adultos em ‘comunidades concretas’ que não podem ser senão profissionais, ou seja, ao mesmo tempo intermediárias entre o Estado e as famílias e enraizadas na esfera económica que se torna preponderante na vida social (Dubar & Tripier, 1998: 72-73).

Esta defesa da restauração dos grupos profissionais enquanto forma eminente de regulação social foi retomada por outros autores em Inglaterra e nos Estados Unidos, mas com alguma diferença decorrente da própria tradição anglo-saxónica de distinção entre *professions* e *occupations* – sendo, portanto, as análises e as propostas de inspiração durkheimiana restringidas basicamente ao primeiro grupo, e não à totalidade dos actores do mundo do trabalho.

Em Inglaterra, Carr-Saunders e Wilson fazem, no início dos anos 1930, o que se considera “a primeira síntese histórica e sociológica sobre as ‘*professions*’ (...), ou seja, as actividades de serviço organizadas sob a forma de associações profissionais voluntárias e

reconhecidas legalmente” (Dubar & Tripier, 1998: 74). Preocupados, segundo uma clara lógica funcionalista, em identificar os atributos específicos das profissões, “tomadas como factos naturais” (Rodrigues, 2002: 7-8), estes autores consideraram que uma profissão emerge “quando um número definido de pessoas começa a praticar uma técnica fundada sobre uma formação especializada, dando resposta a necessidades sociais” (*ibid.*: 8). Começam, assim, a sistematizar-se – a partir do estudo de algumas profissões já ‘estabelecidas’, como as de advogado e de médico – os atributos essenciais que, à luz do paradigma funcionalista, compõem o já referido ‘ideal-tipo’ das profissões: a especialização de serviços que permitam satisfazer uma clientela, a criação de associações profissionais que protejam este grupo da ‘invasão’ de pessoas não qualificadas e que fixem códigos de ética para os qualificados, e o estabelecimento de uma formação específica, baseada num corpo teórico e num conjunto de técnicas, permitindo a aquisição e o desenvolvimento de uma cultura profissional própria. Simultaneamente, vão-se desenvolvendo debates (que acompanharão sempre o estudo das profissões) sobre a legitimidade de um tal sistema e dos privilégios que ele acaba por proporcionar a determinados grupos na sociedade.

O trabalho de Carr-Saunders e Wilson, situando-se também na perspectiva que olha o profissionalismo como um modo de regulação a um tempo economicamente eficaz e moralmente desejável – e que pressupõe uma clara responsabilização dos próprios profissionais (numa lógica de *‘service-making’*, em vez de *‘profit-making’*), até como condição essencial do seu reconhecimento por parte do público –, sugeria também que uma tal forma de organização seria o futuro das sociedades modernas. Em seu entender, permitir o acesso de cada vez mais pessoas a este mundo das *professions* seria “a melhor maneira de reduzir a injustiça social”, sendo certo que as associações profissionais constituiriam “um elemento essencial de estabilidade social” (Dubar & Tripier, 1998: 80). Considerando as profissões instituições-chave das sociedades modernas (a par da família, das igrejas e das universidades), estes autores entendiam que “a sua função específica, eminentemente progressista, era constituir ‘mediações entre os saberes puros (*pure study*) e o mundo da vida quotidiana’, pôr em relação o saber especializado (*expert knowledge*) e o controlo popular, o ‘mundo dos negócios e a democracia moderna’” (*ibidem*).

Esta abordagem conduz, naturalmente, a uma diferença importante, aos níveis social e moral, entre o chamado “profissional” e o “assalariado normal”, “entre o que escolhe um mundo definido pela autonomia (liberdade *versus* opressão) e a responsabilidade (dignidade *versus* dependência), e o que suporta um outro mundo,

marcado pela dependência salarial e a opressão patronal” (*ibid.*: 81). E esta distinção essencial entre profissionais e não-profissionais sugere um mundo “**funcional**” em cuja organização social os primeiros têm um papel determinante – o que ajuda também a compreender como, ao longo da história, os mais diversos grupos ocupacionais têm procurado ‘ascender’ a essa categoria ‘superior’ e modelar de profissão.

Uma terceira abordagem que se inscreve neste contexto do paradigma funcionalista deve-se a Parsons, que desenvolveu nos EUA, a partir de 1939, um sistema teórico onde os “feitos profissionais” têm lugar muito relevante. Ainda de acordo com Dubar & Tripier (1998: 82), Parsons procurou demonstrar que “é a actividade profissional (o *professional*) que melhor caracteriza o sistema social moderno-liberal, e não, como se crê frequentemente, a actividade comercial-financeira (o *businessman*) ou a actividade administrativo-burocrática (o *funcionário*)”⁵.

Quatro traços distintivos são apontados por Parsons para caracterizar os profissionais tais como os entende:

- 1) Há uma diferença entre o *professional*, que presta serviços adequados a pacientes ou a clientes (*clients*), e o *businessman*, que está interessado sobretudo no seu lucro e que vende produtos a consumidores (*customers*);
- 2) A autoridade profissional é baseada numa competência técnica num domínio definido e particular, num campo de qualificação e de conhecimento claramente delimitado (a sua actividade tem, portanto, uma especificidade funcional, ao contrário de outras com carácter mais difuso);
- 3) As acções profissionais têm numa neutralidade afectiva, ao contrário das acções tradicionais nas esferas familiares ou político-religiosas;
- 4) A actividade do profissional está orientada para a colectividade, instaurando uma relação contratual que se distingue das relações comerciais ou administrativas, pois se orienta essencialmente para a satisfação de um cliente, recorrendo a “valores impessoais como o avanço da ciência, o aperfeiçoamento técnico ou a competência reconhecida juridicamente” (*ibid.*: 83).

⁵ Outro importante investigador destas matérias, Eliot Freidson, recorda a novidade que foi Parsons ter encarado e estudado as profissões como “um elemento central do desenvolvimento da sociedade contemporânea” (Freidson, 1998: 53), nisso se distanciando claramente de outros seus contemporâneos que preferiam olhar o termo “profissão” como “simplesmente a denominação lisonjeira que se atribuíam a si próprias as ocupações em busca de estatuto” (*ibidem*).

Analisando muito em particular a profissão de médico, Parsons incluiu também, nesse trabalho, a relação médico-doente e o próprio doente, pois considerava que “ser doente é um papel social” com uma estrutura estritamente complementar da do médico. Há uma “reciprocidade de papéis” que permite perceber, afinal, que “os traços profissionais do médico [tal como atrás referidos] mais não são do que imperativos funcionais da prática médica institucionalizada”, e “sem eles o sistema não pode funcionar” (*ibid.*: 85). Esta instituição acaba, então, por ter uma função social clara, que é o “controlo social do desvio”: ao dirigir-se ao médico (e já não ao feiticeiro ou ao padre, por exemplo), porque lhe reconhece competência para o tratar de modo eficaz e fundamentalmente desinteressado, o doente “reforça a cultura legítima, reconhecendo a validade da ‘expertise’ médica e a sua superioridade face às ‘interpretações profanas’ e aos ‘rituais mágicos’” (*ibidem*). “Em vez de se refugiar em valores irracionais, ele consolida os valores de racionalidade científica transportados pelo médico” e, nesse sentido, a prática médica, enquanto processo psicoterapêutico, “cumpre bem, para Parsons, as mesmas funções que os rituais mágicos ou religiosos: o restabelecimento da ordem social e simbólica, pela recuperação da saúde individual” (*ibid.*). Esta separação entre “médico” e “não médico”, entre “racional” e “não racional”, retoma, assim, a separação durkheimiana entre “sagrado” e “profano”, agora aplicada a uma civilização que fez da ciência o equivalente funcional da religião e do profissional o equivalente do padre deste sistema cultural moderno.

Na perspectiva de Parsons, o papel dos profissionais exerce-se, portanto, “na relação com os clientes”, e “é a sua reciprocidade assimétrica (conhecimento / ignorância) que permite a sua institucionalização (autoridade / confiança)” (Rodrigues, 2002: 9). Partindo deste exemplo da relação médico-doente, faz notar como “a assimetria da relação e o potencial risco de exploração são geradores de um sistema de controlo social suportado pela ideologia e pela mística do profissionalismo” (*ibidem*). Esta, como atrás se viu, comporta tanto normas sociais como valores culturais – uma competência que articula saberes teóricos (advindos de formação própria) e práticos (ligados à experiência), uma especialização técnica num domínio bem definido de actividade, um desinteresse ou desprendimento na relação com o cliente –, com base nas quais se legitima o papel do profissional:

Este é talvez o principal ponto de convergência das análises inspiradas por Parsons e enquadradas pela teoria funcionalista. Desde o início que se identificaram fenómenos como os do

poder, dos monopólios e dos privilégios profissionais, no entanto o que é considerado como essencial na compreensão e explicação da gênese e funcionamento das profissões são os mecanismos de legitimidade (integração e controlo) social (...). A sociedade concede às profissões autonomia em troca da capacidade de controlo; recompensas e prestígio em troca de competência; monopólio através de licenças em troca das melhores prestações ou serviços. É a sociedade que confere poder às comunidades profissionais (Rodrigues, 2002: 10-11).

1.2. - O paradigma interaccionista

Em vez de se preocupar em identificar os traços ou atributos que supostamente caracterizariam uma profissão – numa lógica de **modelo** –, as perspectivas ligadas à corrente teórica do interaccionismo simbólico (associado à Escola de Chicago) privilegiaram uma lógica de **processo**: mais importante do que definir o que é uma profissão seria “identificar as circunstâncias segundo as quais as ocupações se transformam em profissões” (Rodrigues, 2002: 16). É, a este título, perfeitamente eloquente uma muito citada passagem de E. Hughes (nome que constitui a primeira e mais saliente referência desta abordagem interaccionista das profissões), datada de 1958⁶:

Eu passei da falsa questão ‘é esta ocupação uma profissão?’ para uma mais fundamental, ‘quais as circunstâncias pelas quais as pessoas que têm uma ocupação tentam torná-la numa profissão, e a si próprias em profissionais?’, e ‘quais os passos pelos quais tentam criar uma identificação com os seus modelos de valores?’ (Hughes, 1958, cit. por Rodrigues, 2002: 16).

Neste nível, o próprio estudo das profissões é alargado para um quadro mais vasto das actividades do mundo do trabalho (teóricos interaccionistas estudaram ‘profissões’ muito pouco habituais, como as de ladrão, músico de jazz ou pugilista), sempre com o pressuposto de que a divisão do trabalho resulta de interacções e processos de construção social – não sendo, como pretende o funcionalismo, uma simples “capacidade técnica de responder a necessidades sociais” (Rodrigues, 2002: 15).

Para Hughes, a especificidade do trabalho dos profissionais reside já não em atributos ou características particulares que lhe sejam inerentes, mas nas condições concretas do seu exercício: a existência de uma autorização legal e de um mandato sobre certos saberes ‘sagrados’, a existência de instituições que protejam o diploma dos profissionais e mantenham esse seu mandato, a existência de carreiras, enquanto espaços de diferenciação / hierarquização, mas também enquanto espaços de socialização (pois ao

⁶ A passagem é retirada do livro *Men and Their Work* (1958), New York: The Free Press. É igualmente retomada, com data de 1963, no texto ‘Professions’ (*Daedalus*, 92: 655-68).

mandato se associam uma filosofia e uma visão do mundo). Nesse sentido, as abordagens interaccionistas, na esteira de Hughes, enfatizam menos a retórica profissional que procura fazer das “profissões” (e só destas) uma actividade nobre, prestigiada e desinteressada, e mais os problemas com que qualquer actividade de trabalho (“ocupação”) se depara no seu processo de definição, autonomização e valorização.

O **processo de profissionalização** é, assim, entendido como “uma história natural”, um “processo de afirmação de ocupações por oposição ou afastamento dos modos amadores de desenvolvimento da actividade” (*ibid.*: 16), e que não se restringe necessariamente a um escasso número de ocupações. A própria exigência de uma formação especializada, por regra proveniente da escola, é considerada menos como um **atributo** das profissões e mais como um **meio**, um **recurso** para o processo de profissionalização: o aumento dos níveis de qualificação é fundamental nos conflitos de disputa de áreas de trabalho e respectivas “fronteiras” (Ruellan, 1997b) entre grupos ocupacionais, pelo que a formação e as escolas se transformam em “instituições que atribuem licenças para trabalhar numa ocupação”, assim “estabelecendo a distinção entre os verdadeiros profissionais e os leigos” (Rodrigues, 2002: 17). A ênfase, ao contrário da lógica funcionalista e ‘naturalista’, é sempre colocada no processo de transformação das ocupações, nas interações e nos conflitos, bem como nos meios e recursos mobilizados nesse processo. Está sempre presente, assim, uma perspectiva processual e relacional, uma perspectiva dinâmica, bem própria do interaccionismo, e que coloca o acento tónico já não na **estrutura**, mas na **acção**, já não no facto de que “as coisas acontecem”, mas no facto de que “as pessoas agem” (MacDonald, 1999: 7).

Nesta abordagem, as actividades profissionais são analisadas “simultaneamente como processos subjectivamente significantes e como relações dinâmicas com os outros” (Dubar & Tripier, 1998: 95), dando relevo à **biografia** e às **interacções**, valorizando as profissões já não tanto (ou não só) como ingredientes estruturais da organização social, mas também como formas de realização pessoal: “A actividade profissional de quem quer que seja deve ser estudada como um processo biográfico e mesmo identitário” (*ibidem*).

A síntese proposta por Dubar & Tripier (*ibid.*: 96) aponta quatro princípios neste ponto de vista interaccionista sobre as profissões:

- 1) Os grupos profissionais (entendidos como ‘grupos ocupacionais’, num sentido mais lato do que o das ‘profissões estabelecidas’) são processos de interacções que conduzem os membros de uma mesma actividade de trabalho a auto-

- organizar-se, a defender o seu território e a sua autonomia, a proteger-se da concorrência;
- 2) A vida profissional é um processo biográfico que constrói as identidades ao longo de todo o desenrolar do ciclo de vida, desde o início do trabalho até à reforma;
 - 3) Os processos biográficos e os mecanismos de interacção funcionam numa relação de interdependência (a dinâmica de um grupo profissional depende das trajectórias biográficas dos seus membros – as “carreiras” – e estas são influenciadas pelas interacções entre eles e o ambiente envolvente);
 - 4) Os grupos profissionais procuram sempre fazer-se reconhecer pelos seus parceiros, desenvolvendo retóricas profissionais e buscando protecções legais. Uns conseguem-no mais e melhor que outros, mas todos aspiram a um estatuto protector.

As profissões modernas são encaradas, portanto, como formas de socialização diferentes das das antigas comunidades ou confrarias, na medida em que implicam uma sociabilidade nova, interactiva e interiorizada, voluntária e emergente, e já não imposta ou suportada. “É a partilha destas atitudes, condutas e normas, por ajustamento mútuo, que constitui o espírito colectivo de um grupo, e não a sua integração numa ordem pré-estabelecida”, como dizem Dubar & Tripier (1998: 97), concluindo: “A ordem emerge das interacções e reproduz-se por interiorização nas personalidades dos membros” (*ibidem*)⁷.

Também Hughes analisou a profissão de médico. Mas, diferentemente de Parsons (que estudou a relação médico-doente e o seu papel na conformação de uma determinada ordem social), privilegiou o aprofundamento de uma cultura médica profissional que não se restringe aos conhecimentos científicos e técnicos e que se adquire por um processo de “aprendizagem”, mas também de “iniciação” e de “conversão” (Dubar & Tripier, 1998: 101). É um processo de “impregnação cultural”, considerado como “condição da construção de uma identidade” e tido como “decisivo na socialização profissional”

⁷ Estas ideias, caras aos interaccionistas como Hughes, são reportadas, entre outros, ao filósofo alemão Georg Simmel, que nos princípios do século XX também estudou as profissões modernas e as suas diferenças relativamente às velhas confrarias. Hughes qualificou Simmel como “o Freud dos estudos sobre a sociedade” (Dubar & Tripier, 1998: 98), considerando que ele trouxe uma autêntica revolução cognitiva às ciências sociais, resumida nestes termos: “Em vez de encarar a mudança como a perturbação de um estado naturalmente estável, ele [Simmel] vê a estabilidade como um equilíbrio das forças em interacção permanente, sendo que estas forças, por sua vez, não podem ser descritas senão em termos de mudança” (Hughes, 1955, cit. por Dubar e Tripier, *ibidem*).

(*ibidem*). Nesta lógica de matriz interaccionista, não chega aprender as matérias na escola e passar nos exames para alguém se tornar médico; ao longo do curso, acaba por ser necessário fazer uma verdadeira “conversão identitária” que consiste em mudar-se a si próprio e em incorporar ideias de quatro domínios diferentes: o que é o seu trabalho (“*tasks*”), o que deve ser o seu papel (“*role*”), o que são as carreiras (“*career*”) existentes, possíveis e desejáveis, e o que é a própria pessoa (“*self*”) enquanto profissional. Trata-se, na expressão de Dubar & Tripier (*ibid.*: 102), de “mudar de mundo”, de “fabricar, em Si e no olhar do Outro, uma nova identidade profissional feita de ‘novas’ definições de Si e do Mundo, de novas ‘ideias’ sobre o trabalho, a carreira, os clientes...”.

Na abordagem interaccionista dos grupos profissionais, há desde logo dois conceitos-chave: os de **licença** (que consiste na autorização legal, jurídica, para exercer uma determinada actividade, com isso impedindo outros potenciais candidatos de o fazerem a seu bel-prazer) e de **mandato** (a correlativa obrigação de prestar esse serviço à sociedade, num espírito desinteressado, como que ‘de missão’, e sujeito a regras de conduta rigorosas). Como diz Rodrigues (2002: 15), “logo que uma ocupação fixa o seu mandato perante a sociedade, nasceu uma profissão, mas tal fixação é o resultado de um processo social e não de traços que testemunham o progresso de uma civilização”, como pretenderia uma concepção funcionalista.

Também o conceito de **carreira** se associa habitualmente a esta abordagem, no pressuposto de que a afirmação profissional é um processo dinâmico, evolutivo, tanto no interior das pessoas como no seu espaço social e no contexto da divisão do trabalho, bem como no interior dos grupos ocupacionais em busca de uma afirmação e sedimentação enquanto profissões.

As próprias profissões não são, na perspectiva interaccionista, olhadas como blocos homogêneos, mas, pelo contrário, espaços de “diversidade” e de “conflito de interesses” (Rodrigues, 2002: 18). Dentro das profissões existem **segmentos** ou grupos, que interagem entre si, sendo que a partir de tais interacções “ocorrem mudanças, avanços, redefinindo-se novas posições e relações dentro do grupo e fora dele, que são parte fundamental nos processos de profissionalização” (*ibid.*: 19). Este aspecto específico foi particularmente estudado por Bucher e Strauss, num texto de 1961 intitulado “*Professions in Process*”, e onde profissão se define “já não como ‘a partilha de uma mesma identidade ou de valores comuns’, mas como ‘um conglomerado de segmentos em competição e em reestruturação contínua’” (Dubar & Tripier, 1998: 196).

1.3. - Os movimentos críticos e o “paradigma do poder”

A abordagem interaccionista trouxe pistas muito fecundas para a investigação dos grupos profissionais – sobretudo do seu surgimento, desenvolvimento, afirmação, manutenção e conflitualidade interna –, relativizando e complexificando as visões mais estáticas ou ‘modelares’ ligadas à perspectiva funcionalista.

Nas décadas de 1970 e 1980, entretanto, a sociologia das profissões foi enriquecida com novos estudos e perspectivas teóricas mistas, quer desenvolvendo pontos de confluência e complementaridade entre os paradigmas bastante estruturados do funcionalismo e do interaccionismo, quer chamando a atenção para novas dimensões consideradas importantes. De entre estas, sobressaíram as que chamaram a atenção para o papel dos **mecanismos económicos** e do controlo dos mercados nas sociedades modernas (indo buscar contributos teóricos a Marx, nuns casos, e retomando ou relendo Max Weber, noutros) e para a questão do **poder** das profissões. São as chamadas “novas teorias” das profissões (Dubar & Tripier, 1998: 113), que tendem a encarar e a estudar os profissionais sobretudo como “actores colectivos do mundo económico que conseguiram fechar o seu mercado de trabalho e estabelecer um monopólio de controlo das suas próprias actividades de trabalho” (*ibidem*), o qual conduz à elevação do seu **estatuto social** e ao aumento do seu **poder**. De comum a estas diversas teorias encontram-se, então, os conceitos de “monopolização económica”, de “fechamento social” e de “legitimidade política”, cuja “origem weberiana” Dubar & Tripier (*ibidem*) sublinham, embora acrescentem que também podem encontrar-se em alguma medida nas teorias marxistas.

Este “movimento crítico” é, em função dos anteriores, assim situado e caracterizado genericamente por Rodrigues:

A explicação do fenómeno das profissões na perspectiva funcionalista repousa sobre critérios de legitimidade social; na perspectiva interaccionista, nas relações de negociação e de conflito desenvolvidas pelas ocupações; agora as explicações alargam-se a critérios relacionados com o poder: o poder profissional, económico, social e político dos próprios grupos (Rodrigues, 2002:47).

Sublinhe-se que as novas análises da problemática das profissões (surgidas, é útil recordar, numa altura em que começava a criticar-se mais frequente e acerbamente a posição supostamente privilegiada das profissões na sociedade) não chamavam a atenção apenas para as suas alegadas motivações económicas, que haveria que levar em conta, mas para o facto de o seu papel conduzir a alguma forma de controlo político e social. Na formulação de Rodrigues (*ibid.*: 40), “os primeiros sociólogos das profissões teriam

aceitado ou tomado como características objectivas [das profissões] os elementos de uma ideologia, fazendo a sua defesa e apologia e participando nela”. A este respeito, dá como exemplo a crítica feita por Gabriel Gyarmati⁸ ao modelo das profissões inspirado no paradigma funcionalista, e para quem esse modelo constituiria “um sistema de mandarinato” (*ibid.*: 41), com duas características essenciais: autonomia do grupo para organizar e regular as suas actividades, e monopólio profissional (ou seja, faculdade jurídica de impedir todos os não oficialmente acreditados de oferecerem serviços no domínio definido como exclusivo para essa profissão). Na opinião deste autor, a perspectiva funcionalista relativa às profissões “transformou em teoria uma doutrina, a doutrina das profissões, isto é, transformou em teoria um conjunto de estereótipos usado pelas próprias profissões para criarem e manterem intocável o sistema de mandarinato” (*ibidem*). Outros autores, na mesma época, questionavam progressivamente esta espécie de ‘**ideologia do profissionalismo**’ cujo objectivo essencial seria, afinal, permitir ao grupo defender-se de críticas externas e perpetuar o seu poder no contexto social. Por outro lado, cada vez mais se insistia na importância de abordar estas matérias levando em consideração o seu desenvolvimento histórico (que não meramente em termos de evolução cronológica).

O “movimento crítico” acabou por ter, segundo Rodrigues (2002), duas consequências metodológicas importantes:

- 1) Por um lado, **as profissões** passam a ser analisadas numa perspectiva **dinâmica** “relativa ao processo de obtenção do estatuto de profissão” (*ibid.*: 44), e não apenas numa abordagem estática de identificação dos seus atributos, que segue uma lógica sempre tributária de um ideal-tipo definido *a priori* (o que significa que os referidos ‘traços’ profissionais caros ao funcionalismo deixam de ser considerados “dados” e passam a ser eles próprios objecto de análise);
- 2) Por outro lado, **os discursos** sobre a profissão “passam a ser analisados como **argumentação** passível de se tornar em crenças socialmente partilhadas” e “essencial ao movimento de organização material e simbólica do estatuto profissional” (*ibidem*).

⁸ Cf. Gyarmati, G. K. (1975), “The doctrine of the professions: basis of a power structure”, *International Social Science Journal*, XXVII (4).

Ou seja, “as características das profissões, encaradas na abordagem funcionalista como consequências necessárias das suas funções macro-sociais, passam a ser perspectivadas simultaneamente como produto e como condição do processo de construção e desenvolvimento da profissão” (*ibid.*: 44-45).

São três os autores habitualmente apontados como os mais representativos destas novas abordagens decorrentes do **“paradigma do poder”**, e que analisam o profissionalismo sobretudo como um “sistema de justificações” (Dubar & Tripier, 1998: 114), ligado a uma “estratégia política” e não a uma “exigência funcional” (como pretende o funcionalismo) ou a uma “resultante de configurações relacionais” (como sublinha o interaccionismo): Terence Johnson, Eliot Freidson e Magali Larson. Embora com diferenças, todos procuram, no essencial, “trazer à luz os mecanismos históricos de produção e de legitimação desta forma ‘moderna’ de monopólio económico e de fechamento social” (*ibidem*) que são, em seu entender, as profissões. Na esteira de Larson, entretanto, a francesa Catherine Paradeise desenvolve abundante reflexão sobre o processo de profissionalização como um processo de construção de um “mercado de trabalho fechado”, como tentaremos ver adiante.

1.3.1. - Johnson e a relação com o poder do Estado

As profissões como “formas de poder do Estado” (Dubar & Tripier, 1998: 128) são um elemento central da abordagem de Johnson, desenvolvida sobretudo na sua obra de 1972, *“Professions and Power”*. Em sua opinião, o poder das profissões auto-controladas e auto-reguladas foi declinando em favor do que ele considera formas de “protecção corporativa”, as quais constituiriam um dos mecanismos centrais de controlo, por parte do Estado, das actividades de serviços. Haveria, aqui, uma espécie de partilha de poder entre o Estado e as profissões, com vantagens para ambas as partes:

O conceito-chave da teoria neo-marxista de Johnson é o da autonomia relativa concedida pelo Estado a certos grupos profissionais (professores, médicos, trabalhadores sociais), para realizar esta função de reprodução alargada, na qual se inclui a ‘partilha do controlo do processo de reprodução’ (Dubar & Tripier, 1998: 128).

Insistindo na interpenetração do Estado e das profissões nesta lógica de partilha de poder, Johnson sugere que não se trata apenas de ideologia ou de uma forma de atingir vantagens simbólicas, mas de uma efectiva associação das profissões ao poder de Estado, o que implica uma criteriosa selecção dos seus membros, eles próprios muito empenhados, por este caminho, em obterem melhorias do seu estatuto social. Nesta perspectiva,

naturalmente há uma distinção profunda entre as profissões estabelecidas e as outras ‘ocupações’, cujos trabalhadores estão, obviamente, excluídos do exercício do poder – mas que, por isso mesmo, desenvolvem frequentemente estratégias colectivas para poderem ascender também ao estatuto de ‘profissões’.

Para Johnson, o profissionalismo é igualmente redefinido como um modo particular de controlo: “não como um tipo de ocupação ou uma expressão da natureza de particulares ocupações, mas como um meio de controlo de uma ocupação” (Rodrigues, 2002: 49). E o principal recurso ou fundamento do poder profissional resulta, pelo que se disse, “da contribuição do grupo profissional para as funções globais do capital” (*ibidem*). Vemos, assim, como a sua análise vai para além das visões meramente internas das profissões, alargando-se ao estudo das interacções estabelecidas com o exterior, e muito em particular com o Estado.

1.3.2. - Freidson e o controlo sobre o trabalho

Com Eliot Freidson, cuja obra se foi desenvolvendo ao longo das décadas de 1970 a 2000⁹, consolida-se o “paradigma do poder” das profissões. Ele olha a profissionalização como “um processo pelo qual uma ocupação (...) obtém o direito exclusivo de realizar um determinado tipo de trabalho, o controlo sobre a formação e o acesso, bem como o direito de determinar e avaliar a forma como o trabalho é realizado” (Rodrigues, 2002: 51). E é daqui – de uma espécie de trilogia “autonomia / *expertise* / credencialismo” – que decorre o poder profissional:

A análise de Freidson sobre o poder profissional centra-se nas vantagens (*autonomia* e poder sobre o próprio trabalho) conferidas por monopólio do conhecimento (*expertise*) e por ‘gatekeeping’¹⁰ (*credenciais*), que são os principais recursos ou fontes de poder profissional, isto é, criam a base de grande parte dos poderes profissionais, incluindo o mais fundamental deles, que é a capacidade de definir a forma como o trabalho deve ser realizado (*ibidem*, realces da autora).

No processo de obtenção e manutenção deste poder, encontram-se dois elementos considerados importantes, como sublinham Dubar & Tripier (1998): a conquista da **confiança** do público (onde uma profissão vai buscar a legitimidade que lhe permite ser

⁹ Os seus trabalhos mais significativos neste domínio serão “*Professional Powers. A Study of the Institutionalization of Formal Knowledge* (1986), “*Professionalism Reborn. Theory, Prophecy and Policy*” (1994) e, já mais recentemente, “*Professionalism – The third logic*” (2001), uma obra onde de algum modo revê as suas ideias anteriores, com particular destaque para o modo como encara as vantagens e desvantagens relativas do profissionalismo nas sociedades contemporâneas, por comparação com as lógicas do mercado livre e da organização burocrática.

¹⁰ O termo original é usado e mantido por Rodrigues (2002: 51), por não haver correspondente exacto em português, e que ela considera poder significar “protecção / fechamento / controlo de entrada no mercado de trabalho”.

olhada como a única competente na prestação de um determinado serviço, além de capaz de (auto) regular, junto dos seus membros, a boa prestação desses serviços) e a garantia de **credenciação**, por instituições adequadas, de um corpo de conhecimentos que lhe permita exercer com eficácia e valor social essa actividade. Não se trata, para os profissionais, apenas de deter conhecimentos científicos e técnicos adequados, mas também de os afirmar como socialmente relevantes e de garantir que, no contexto de uma autonomia profissional tida por essencial, se encarregará de os controlar e auto-regular.

Nos seus trabalhos mais recentes, Freidson interessa-se por esboçar um modelo teórico do profissionalismo, definindo três tipos-ideais de controlo do trabalho (Dubar & Tripier, 1998: 126): o controlo pelos gestores (característico da **burocracia**), o controlo pelos consumidores (característico do modelo liberal de **mercado**) e o controlo pelos próprios trabalhadores (característico do **profissionalismo**). Especificamente quanto a este último, ele considera que a sua legitimidade assenta em quatro elementos:

- 1) num corpo de conhecimentos especializados e reconhecidos oficialmente;
- 2) na existência de um espaço profissional e de uma divisão de trabalho controlados pelos trabalhadores;
- 3) na existência de um mercado fechado de trabalho, cujo acesso é reservado aos profissionais daquela área;
- 4) numa formação longa, controlada directamente pela elite profissional.

Naturalmente, este tipo de poder, para ser estabelecido e conservado, pressupõe também o seu reconhecimento e validação por parte do Estado, que delega no grupo profissional uma série de prerrogativas ligadas à regulação e controlo da actividade. Justifica-o a partir da garantia de que a profissão assegura um **serviço social** importante, e que o assegura no respeito por um conjunto de **valores** que consubstanciam uma **ética** profissional. Como dizem Dubar e Tripier (*ibid.*: 127), são precisamente esses valores profissionais “que justificam a delegação de poderes por parte do Estado e que fundamentam a crença do público na legitimidade profissional”.

Como pano de fundo, regista-se a importância concedida por Freidson ao estudo das ocupações e das profissões como “uma categoria maior de análise teórica, igual em importância aos conceitos de classe, de mercado e de organização (ou burocracia)” (Freidson, 1998: 54). Especificamente no que toca àqueles que têm a prerrogativa de controlo do seu próprio trabalho (modelo do profissionalismo), releva que essa

circunstância lhes permite desenvolver, além de uma identidade profissional, eventualmente também uma “forte identidade pessoal e social” (*ibidem*).

1.3.3. - Larson e o “projecto profissional”

Mais longe, no aprofundamento deste “paradigma do poder” das profissões, vai ainda Magali Larson¹¹, que tenta fazer “uma síntese das teses marxistas e weberianas” (Rodrigues, 2002: 54), estudando as profissões como “grupos de interesses ligados ao sistema de classes da sociedade capitalista” e analisando a profissionalização como “um projecto de mobilidade colectiva no qual as ocupações tentam conseguir não apenas posições económicas, mas também estatuto social e prestígio” (*ibidem*). À luz desta perspectiva, as comunidades profissionais não são apenas lugares de aprendizagem e de construção / partilha de uma subcultura própria; são também, e sobretudo, um elemento essencial de delimitação do mercado de trabalho, cujo traço característico fundamental é o **monopólio** – “monopólio e fechamento sobre um mercado de serviços profissionais” (*ibidem*). Isto consegue-se não só controlando o acesso à profissão, como também assegurando a protecção do mercado, com a justificação de que se está perante um “interesse colectivo de serviço à comunidade” (*ibidem*). Aliás, a invocação deste “ideal de serviço”, acrescentada à invocação de uma “competência” particular – “competência” que, na esteira de Weber, se poderá considerar uma “moderna” forma de propriedade –, desempenha, segundo Larson (1977: xi), “um papel central no ideal-tipo sociológico [de profissão] mas também na auto-justificação dos privilégios profissionais”. O certo é que com estes argumentos se consegue a legitimidade jurídica para um estatuto especial, decorrente também de um apoio político que se reclamou, mais uma vez, ao Estado¹².

O conceito-base de Larson é o de “**projecto profissional**”¹³:

Trata-se de nomear o processo histórico pelo qual certos grupos profissionais conseguem objectivamente estabelecer um monopólio sobre um segmento específico do mercado de trabalho e

¹¹ A sua obra emblemática é “*The Rise of Professionalism. A Sociological Analysis*” (1977).

¹² Esta explicitação sugere bem que o monopólio, até pela imprescindível protecção que lhe vem do Estado, “é um fenómeno *político*”, como a própria Magali Larson sublinha, invocando também os estudos de Matthew Ramsey neste domínio (Larson, 1988: 26, realce da autora).

¹³ No original, “*professional project*”, um conceito cuja origem MacDonald (1999: xii) situa na Escola de Chicago, e especificamente na tradição do interacccionismo simbólico, mas também em Max Weber e no seu ênfase na “acção” e na “construção social da realidade”. De notar que autores franceses, como Dubar & Tripier (1998), preferem traduzir o conceito de *professional project* por “*stratégie professionnelle*” (“estratégia profissional”), possivelmente para enfatizar o carácter dinâmico deste “projecto” e a sua ligação com “acção”, tanto individual como colectiva.

de fazer reconhecer a sua *expertise* pelo público, com a ajuda do Estado. Mais que de ‘projectos individuais’, trata-se de estratégias colectivas. (...) É uma estratégia histórica de constituição de um mercado profissional, e não de exercício individual de uma actividade profissional (Dubar e Tripier, 1998: 130).

Esta estratégia conduz a um fechamento social (“*social closure*” – um conceito desenvolvido por Max Weber), que tem duas componentes importantes, aliás bem unidas entre si: um fechamento **económico** (traduzido na realização de um mercado fechado de trabalho, acessível em exclusivo aos membros ‘certificados’ da profissão) e um fechamento **cultural** (corporizado num grupo que se apropria de um determinado saber legítimo e garante que só a ele lhe é reconhecido).

Larson chama “mercado profissional” a esta forma particular de mercado (ou segmento de mercado) do trabalho no qual um serviço só pode ser comprado ou vendido a um profissional que pertence, também ele, a um mercado fechado e específico de trabalho. É, como comentam Dubar & Tripier (*ibid.*), uma “dupla posição de monopólio”: o do próprio profissional no mercado de trabalho, e o do serviço que presta no mercado de serviços.

Este fechamento social, na análise de Larson, conduz igualmente a um estatuto social mais elevado, pelo que as estratégias profissionais (no sentido do *professional project*) são inseparáveis de estratégias de mobilidade social ascendente, individual e colectiva. E não se trata apenas de encontrar vantagens materiais e ganhos monetários nesse estatuto social superior; ele implica também, por exemplo, uma série de disposições culturais decorrentes de um processo de formação longo, em estabelecimentos de ensino prestigiados e selectivos:

O que alia a ordem económica do monopólio de uma actividade de serviço à ordem sócio-simbólica que legitima o acesso a estas posições sociais elevadas é o domínio de marcas de distinção específicas de uma elite. É o que a universidade moderna, enquanto instituição legítima e prestigiada, produz naqueles que se tornarão profissionais. As instituições de formação estão, pois, no cerne do processo que alia a produção de saberes à sua aplicação num mercado fechado de serviços. É a certificação concedida por estas instituições e validada pelo Estado que faz a ponte entre o saber legítimo e o mercado profissional (Dubar & Tripier, 1998: 131).

O edifício conceptual de Larson implica, como se percebe, uma clara **autonomia profissional** por parte do grupo. Nem de outro modo poderia ser: o duplo processo de fechamento torna impossível qualquer forma de controlo exterior. Os profissionais têm todas as cartas na mão: monopólio legal, saber legítimo e certificado, estatuto social. Logo, acabam por ser eles também a definir e a controlar os critérios da sua própria *expertise*, bem como a sua aplicação prática junto dos pares – função de que, frequentemente, se ocupa o segmento mais prestigiado do grupo profissional (a sua elite). Tudo, sempre, com

a colaboração do Estado, que legitima este “monopólio da competência” – encarada como a forma mais elaborada do profissionalismo – por parte de certos grupos profissionais, com base numa espécie de “ideologia meritocrática” (*ibid.*: 133). A componente ideológica é, aliás, sublinhada por Larson, por exemplo quando sugere que esta autonomia também conduz a algum tipo de isolamento: “Em parte, os profissionais vivem dentro de ideologias criadas por eles próprios, e que eles apresentam para o exterior como as mais válidas definições de áreas específicas da realidade social” (Larson, 1977: xiii).

Mercado protegido e base de competência são, pois, os dois elementos que esta autora identificou e destacou nos diferentes projectos profissionais observados, como ela própria dizia num texto escrito dez anos depois de “*The Rise of Professionalism*”:

A análise de diversos projectos profissionais sugeria claramente que eles visavam todos criar um mercado institucional protegido de trabalho ou de serviços para indivíduos cuja competência devia ser também institucionalmente demonstrável (Larson, 1988: 23).

Acrescente-se, enfim, que Larson se foi mostrando cada vez mais interessada em trabalhar não numa espécie de “teoria geral das profissões”, mas em reflectir nas questões que dizem respeito, “para lá das profissões, ao grande tema da construção e das consequências do saber ‘especializado’ [*savoir ‘expert’*]” (Larson, 1988: 24). E associa esta questão ao pressuposto de que um “saber sancionado” sempre foi um argumento primordial – mesmo que não o único – invocado pelos grupos profissionais perante o público para justificar o seu estatuto especial e o seu mercado protegido, no desenvolvimento da estratégia de profissionalização:

Estou pronta a sustentar que todo o fenómeno de ordem profissional deve ser associado teoricamente à produção e ao sancionamento sociais do saber. Mesmo que a níveis diferentes e localizados, deveremos encontrar sempre práticas e códigos de conduta que se justificam por discursos ilustrados [*savants*]. A capacidade diferente que têm diversos indivíduos ou grupos profissionais de se apropriar destes discursos ‘autorizados’ e ‘autorizantes’ parece-me constituir uma dimensão característica da desigualdade social (Larson, 1988: 24).

A “organização da aquisição e da certificação de uma competência”, feita sempre “com base em títulos e diplomas oficiais” – onde a instituição **universidade** acaba por desempenhar um papel fundamental – é, portanto, considerada um ingrediente central nas profissões tal como as conhecemos nas sociedades capitalistas. Sob essa designação encontrar-se-iam, assim, “as formas históricas específicas que estabelecem laços estruturais entre um nível de instrução formal relativamente elevado e postos de trabalho ou recompensas relativamente desejáveis no âmbito da divisão social do trabalho” (Larson, 1988: 28). Ou seja, a profissão olhada como “um meio quase omnipresente de *construir a competência*” (*ibid.*: 33, realce da autora) – e que aponta para as relações entre **saber** e

poder, que Larson estudou igualmente, a partir das teses de Foucault, e designadamente das suas reflexões sobre a produção e controlo de um *discurso* legitimador (no pressuposto, que aqui não desenvolveremos, de que as profissões podem ser consideradas “campos de discurso”, empenhadamente defendido e controlado pelos seus detentores)¹⁴.

1.3.4. - Os “mercados de trabalho fechados”

Abordagens na esteira das propostas de Magali Larson, centradas essencialmente nas estratégias de fechamento do mercado de trabalho por parte dos grupos profissionais, foram desenvolvidas por vários outros estudiosos deste domínio da sociologia, com relevo para Catherine Paredeise. Esta autora considera que as profissões são, no essencial, “mercados fechados de trabalho”¹⁵ – cujo traço comum é o de definirem, construírem e realizarem a qualificação de uma mão-de-obra para tarefas determinadas – e o seu objectivo mais notório consiste na “monopolização de um segmento do mercado de trabalho, visando o controlo da incerteza das relações de troca”:

A tendência para a monopolização de segmentos de mercados de trabalho, seja ela legal, contratual ou simplesmente factual, é um dado permanente e central das sociedades ocidentais contemporâneas, sublinhado já por Max Weber quando evocava a fragilidade das formas de organização das sociedades democráticas (Paredeise, 1988:10).

A autora sublinha que esta tendência vai, aparentemente, contra o modelo liberal de funcionamento da economia de mercado (desenvolvido a partir da viragem do século XIX), o que levou a que estes mercados de trabalho fechados fossem durante muito tempo encarados como “excepções”, que era necessário justificar “pelas suas funções macro-económicas ou macro-sociais” (Paredeise, 1988: 10). Com esta perspectiva abria-se, então, caminho à justificação das profissões como algo de necessário – apesar do seu estatuto

¹⁴ Na sequência dos trabalhos que desenvolveu a partir da sua obra mais marcante de 1977, Larson defendeu progressivamente que se encarasse a ‘profissão’ não tanto como um mero conceito pronto a ser utilizado pelos investigadores, mas como um “programa de investigação complexo”, para o que propõe três enfoques: *estrutural* (profissão como laço entre um saber codificado e a prática num mundo de sujeitos não-conhecedores ou de profanos menos conhecedores e, em consequência, “laço material entre o Estado e a disponibilização de conhecimentos especializados na sociedade civil”), *histórico* (com a profissão podendo personificar a ligação histórica entre o saber da aristocracia, que valoriza a teoria, e o saber prático da burguesia, que valoriza as aplicações desse saber), e do *interaccionismo simbólico* (a profissão “contém verdadeiramente todos os traços do que os seus membros pretendem ser em teoria” e desafia-nos a analisar as relações entre saber, crença e poder) (Larson, 1988: 38-39).

¹⁵ Freidson, ao contrário de Larson e de Paredeise, prefere falar de “mercado protegido” e não de “mercado fechado” (Rodrigues, 2002: 56-57), visualizando o mercado de trabalho como um conjunto de ocupações protegidas. Para ele, é a autonomia o principal recurso do poder profissional, sendo que “um mercado de trabalho protegido representa controlo ocupacional sobre a oferta, bem como sobre o conteúdo da procura” (*ibidem*). Temos, assim, que Larson “destaca os mecanismos de exclusão e diferenciação social decorrentes do estabelecimento de protecções ou monopólios de mercado”, enquanto Freidson realça “os mecanismos de aquisição de autonomia e poder alternativo” (*ibidem*).

jurídico “derrogatório do direito comum” (*ibid.*: 11) – em virtude da função social que alegadamente preencheriam. Ou seja, a tese cara à abordagem estruturo-funcionalista. A perspectiva interaccionista proposta por Hughes trouxe, entretanto, como já atrás vimos, um novo modo de olhar as coisas:

Ao sugerir que se considerem as profissões como ocupações que tiveram sucesso, Hughes sublinhava a necessidade de aplicar um novo paradigma, que distinguisse claramente os fundamentos da organização profissional dos seus modos de legitimação (Paredeise, 1988: 11).

Passando a preocupar-se menos com os atributos que procuravam justificar um estatuto profissional privilegiado e mais com os “fundamentos sociais da existência do feito [*fait*] profissional” – ou seja, olhando esses atributos característicos de um ideal-tipo de profissão já não como ‘dados’ indiscutíveis mas como ‘objectos de análise’ merecedores de estudo e reflexão –, a **sociologia das profissões** passou a uma **sociologia da profissionalização**, mais atenta aos objectivos e estratégias dos grupos profissionais do que a uma sua suposta “necessidade intrínseca à ordem macro-social” (*ibidem*). Só neste contexto de análise dinâmica, como sugere Paredeise, se pode compreender o conjunto de processos pelos quais “uma ocupação consegue escapar aos princípios que definem a ordem legítima numa sociedade liberal: a relação de mercado, no terreno económico; a relação eleitoral, no terreno político” (*ibidem*).

Em consequência, também o próprio discurso dos profissionais deve passar a ser olhado não como uma “narrativa natural” [*récit de nature*], mas como “uma argumentação transformada em crença partilhada”. Como ela própria diz, “a centralidade deste discurso já não se liga ao seu carácter enunciativo, mas ao seu carácter performativo – o seu valor está totalmente contido no seu poder de organização e de legitimação do estatuto” (*ibid.*: 12).

Os mercados *de trabalho* fechados – que Paredeise considera um **género** razoavelmente expandido nas sociedades contemporâneas (e não simples excepção), do qual o mercado fechado *das profissões* constituiria apenas uma **espécie** particularmente relevante – são, assim, o resultado de transacções, implícitas ou explícitas, entre três tipos de actores: os trabalhadores, os empregadores e o Estado. A sua constituição é um processo “nunca acabado em definitivo” e “produto dos esforços dos seus actores”:

Os monopólios de mercados de trabalho socializam a relação de trabalho por uma transacção que troca uma garantia quantitativa e qualitativa de determinada prestação ao cliente e/ou ao empregador, por privilégios materiais e simbólicos aos trabalhadores. A sua história é, portanto, marcada pelo conjunto dos acontecimentos que contribuem para definir e redefinir os termos desta troca” (*ibid.*: 17).

Em síntese, a autora insiste em que estas formas institucionais de organização do mercado de trabalho não podem ser olhadas como o “produto necessário de funções macro-sociais que se impõem objectivamente a qualquer sistema social” – como o provaria, aliás, a “diversidade histórica e internacional” das actividades que deram lugar a mercados de trabalho protegidos. A organização destes mercados está ligada, como diz, “às condições socio-económicas que afectam, num certo lugar e num certo tempo, a possibilidade de produzir argumentações e de reproduzir crenças, mas também de estruturar os espaços de produção e de venda” (*ibid.*: 20).

Resumindo, poderíamos dizer com Rodrigues (2002: 58) que as várias abordagens da questão do **poder profissional**, nas suas semelhanças e diferenças, definem ou identificam esse poder, basicamente, como a “capacidade de transformação de determinada ordem de recursos (cognitivos, políticos, relacionais / organizacionais, culturais e ideológicos) numa outra ordem de recursos (acesso privilegiado ao mercado, autonomia sobre o trabalho, controlo sobre o acesso à profissão e outros privilégios profissionais), que no seu conjunto constituem áreas de incidência do poder profissional” – sejam elas sobretudo a relação com os clientes, como em Johnson, a autonomia e organização do trabalho, como em Freidson, ou o mercado fechado de trabalho, como em Larson e em Paredeise – “mas também recurso e alargamento desse mesmo poder”.

Outra questão será saber se, com os desenvolvimentos sociais, económicos e tecnológicos das últimas décadas, se pode continuar a falar ainda de poder profissional nestes mesmos termos. A aparente diminuição do clássico prestígio das profissões mais estabelecidas (e conformes ao modelo do profissional liberal), e, sobretudo, algumas tendências bem nítidas no sentido da “desprofissionalização” e/ou da “proletarização” – que abrangem mesmo os profissionais liberais, progressivamente chamados a trabalhar em contextos burocráticos de grandes organizações e, portanto, a tornarem-se numa espécie de ‘especialistas assalariados’ – podem obrigar a colocar em novos termos a questão do poder (e da autonomia) profissional. É assunto que retomaremos mais adiante.

1.4. - A abordagem sistémica de Abbott

Para concluir este percurso sintético pelas diferentes abordagens teóricas que, ao longo da segunda metade do século XX, foram construindo e desenvolvendo uma sociologia das profissões em diversas (e mais ou menos convergentes) perspectivas –

funcionalismo, interaccionismo, teorias críticas tributárias do “paradigma do poder” – merece referência especial o trabalho de Andrew Abbott, cuja obra central, *“The System of Professions: an Essay on Division of Expert Labour”* (1988), é por alguns considerada um marco na história desta disciplina, sobretudo porque procura construir “uma teoria sistémica que permita explicar a diversidade e complexidade das situações no domínio das profissões” (Rodrigues, 2002: 93).

Abbott parte, precisamente, da dificuldade revelada pelos estudiosos desta matéria em encontrarem uma definição universal de profissão ou das competências específicas (e exclusivas) que lhes andam associadas, o que seria, por si só, “um indício, entre vários outros, da contingência histórica e cultural destas competências que são sempre objecto de concorrência entre grupos profissionais” (Dubar & Tripier, 1998: 134). Daí a necessidade, em seu entender, de compreender a própria dinâmica da competência no contexto da prática profissional, o que implica focar os estudos mais no próprio trabalho dos profissionais e menos nas suas estruturas organizacionais:

O fenómeno central da vida profissional é a ligação entre a profissão e o seu trabalho, ligação que o autor [Abbott] designa por jurisdição. Analisar o desenvolvimento profissional é analisar como esta ligação é criada no trabalho, como é ancorada em estruturas sociais formais e informais, e como o jogo das relações jurisdicionais entre profissões determina a história das próprias profissões (Rodrigues, 2002: 94).

Reverendo os conceitos de profissão e de profissionalização vigentes, Abbott propõe novos pressupostos para a sua análise, assim elencados por Rodrigues (*ibidem*):

- 1) o estudo das profissões deve centrar-se no tipo de trabalho exercido e controlado pelos profissionais, bem como nas condições da sua actividade;
- 2) as disputas, os conflitos e a competição em áreas jurisdicionais constituem a dinâmica do desenvolvimento profissional;
- 3) as profissões existem no conjunto do sistema ocupacional (onde se verificam múltiplas interdependências) e não como entidades isoladas;
- 4) o principal recurso na disputa jurisdicional entre grupos profissionais, e a característica que melhor define profissão, é o conhecimento abstracto controlado pelos grupos ocupacionais (só um sistema de conhecimento governado por abstracção permite redefinir e dimensionar novos problemas e tarefas);
- 5) os processos de desenvolvimento profissional são multidireccionais (ora no sentido da profissionalização, ora no da desprofissionalização).

Questão central analisada por Abbott é a do processo e das condições do estabelecimento efectivo e manutenção de uma **jurisdição**, por parte de um grupo profissional. O que o leva a identificar as três operações-base (ou “qualidades subjectivas”) mobilizadas por uma prática profissional competente: **diagnóstico** (classificar o problema), **inferência** (analisar e compreender o problema) e **tratamento** (actuar sobre o problema). Estes são os três actos cuja sequência corporiza, para Abbott, “a lógica cultural essencial da prática profissional”, sendo “dentro desta lógica que as tarefas recebem qualidades subjectivas que são a estrutura cognitiva de uma pretensão jurisdicional” (*ibid.*: 95-96).

Mas estes três actos não se situam exactamente no mesmo plano: se o diagnóstico e o tratamento são “actos de mediação”, de “mera gestão de informação, tendo por base sistemas de classificação de problemas” (*ibidem*), já a inferência é um “acto puramente profissional”, que actua particularmente “quando a conexão entre diagnóstico e tratamento é obscura”, e actua “por exclusão ou por construção” (Abbott, 1988: 49)¹⁶. A inferência é, assim, o acto mais sensível, até em termos de alguma “vulnerabilidade jurisdicional”, pois é ela que está no cerne da reivindicação de uma jurisdição por parte de um determinado grupo profissional; é ela que articula o saber formal e a eficácia prática, os conhecimentos abstractos e os procedimentos concretos, as classificações legítimas e os actos profissionais. O grau de inferência de uma determinada actividade profissional é sensível até na manutenção de tal jurisdição, pois tanto o excesso dela (que leva a tratar todo e cada caso como único) como o seu defeito (que conduz à simples rotinização das tarefas profissionais) podem facilitar ‘incursões’ de quem contesta o seu exercício exclusivo por parte de um dado grupo. Daí que o próprio Abbott chame a atenção para este ponto:

Parece claro que as profissões não podem permitir-se invocar nem excessiva inferência, nem demasiado pouca. Demasiado pouca, leva a pensar que o seu trabalho não é merecedor de profissionalização. Excessiva, torna o seu trabalho impossível de legitimar. Em qualquer dos casos, a sua jurisdição sai enfraquecida (Abbott, 1988: 52).

¹⁶ A capacidade de um profissional dar resposta a problemas novos (e não apenas repetir soluções técnicas rotinizadas) é um aspecto muito estudado no contexto das especificidades do “saber profissional”. Claramente em consonância com as propostas de Abbott, atente-se, por exemplo, no conceito de **indeterminação**, bem como no seu peso específico no *ratio* “indeterminação / tecnicidade”: também ele ajuda a compreender o modo como se define (e se legitima) uma dada “*expertise*” por parte de um grupo profissional com uma jurisdição exclusiva sobre uma dada actividade. A noção-base é a de que “quanto maior é o elemento de julgamento requerido no exercício de um saber profissional, menos provável é que as tarefas profissionais estejam abertas à rotinização e à inspecção”, pelo que tal situação “tende a reforçar o poder dessa ocupação” (MacDonald, 1999: 135). Assim, as *ocupações* que se reclamam de *profissões* precisam de ter (ou de afirmar) um elevado grau de **indeterminação** – mais do que apenas de **tecnicidade** – na aplicação do seu saber profissional.

Como vimos atrás, a existência de um conhecimento abstracto é igualmente apontada como essencial para a jurisdição dos grupos profissionais, designadamente assegurando condições para um competente exercício da inferência. Na aquisição, aprofundamento e certificação deste conhecimento abstracto, acaba por ter papel essencial o conhecimento académico, que tem uma função óbvia de legitimação do trabalho dos profissionais (e da jurisdição por eles reclamada), mas também ajuda ao desenvolvimento de novos diagnósticos e novos tratamentos.

Diagnóstico, tratamento, inferência e conhecimento académico constituem a maquinaria cognitiva da jurisdição: definem tarefas dentro do conhecimento, ‘problemas profissionais’ que são potenciais objectos de acção e investigação. Mas construir actos de *expertise*, de saber-fazer, e justificá-los cognitivamente não é suficiente para a definição da jurisdição; é necessário o reconhecimento social da estrutura cognitiva, através de direitos exclusivos, os quais podem incluir o monopólio da prática profissional, o pagamento público dos serviços, o direito de autodisciplina, o controlo da formação, do recrutamento e das licenças (Rodrigues, 2002: 97).

Vemos, portanto, que, na proposta de Abbott, a fixação de uma jurisdição por parte de um grupo profissional pressupõe não só um **controlo cognitivo** (legitimado pelo conhecimento abstracto e correlativa capacidade para resolver problemas novos), mas também um **controlo social** (sempre actualizado em reivindicações no plano legal, jurídico, mas também ao nível da opinião pública e dos próprios locais de trabalho).

Abbott propõe, afinal, uma abordagem dinâmica do fenómeno das profissões, historicamente sustentada, e onde a relação entre ‘ocupações’ e ‘profissões’ é uma dimensão importante na análise de todo o sistema ocupacional, a par da identificação das condições criadas, e dos recursos usados, nos processos de fixação de jurisdições por parte dos grupos profissionais. O seu contributo para estes estudos pode ser considerado, na opinião de Rodrigues (2002: 104), uma boa “síntese integradora dos vários paradigmas presentes na sociologia das profissões”, embora Abbott se reivindique mais do paradigma interaccionista (que de alguma maneira mantém, mas prolonga, não o reservando só às interacções nos locais de trabalho, como Hughes e seus seguidores, antes sublinhando também as interacções jurisdicionais, nos domínios público e legal). Das teorias funcionalistas, Abbott recupera “a importância e centralidade do conhecimento como atributo ou traço característico das profissões” (*ibidem*); das teorias interaccionistas, além do que atrás ficou dito, recupera o conceito de processo, pertinente também para compreender “a base social dos conflitos interprofissionais” (*ibid.*: 105); e do paradigma do poder recupera “o próprio conceito de poder”, além dos de “auto-interesse” e de “acção política”, pois o sucesso da jurisdição não depende só da capacidade do grupo profissional

de evidenciar uma competência na situação de trabalho, mas também do envolvimento político que permita o reconhecimento dessa jurisdição nos planos legal e jurídico.

2. Da “profissão” ao “processo de profissionalização”

Foi a partir das teorias funcionalistas, tal como atrás ficaram sumariamente caracterizadas, que começou por se lançar e desenvolver a noção de **profissionalização**, entendida inicialmente como o estudo do modo como, em determinadas circunstâncias, uma “ocupação” profissional pode passar ao estatuto de “profissão”. O que, por sua vez, implica uma definição de **profissão**, uma listagem dos seus atributos ou ‘traços’ distintivos, que de algum modo podemos alicerçar na trilogia de valores humanos referida por Merton (cit. por Rodrigues, 2002: 14) – *saber, fazer, ajudar* –, nos quais encontramos os pressupostos essenciais do **profissionalismo** tal como entendido pelo funcionalismo (qualificação teórica e competência técnica, experiência e *expertise* prática, ideal altruísta de serviço como condição de reconhecimento e legitimidade social).

Ao longo do século XX, foram vários os autores que propuseram listagens destes atributos profissionais, com mais ou menos diferenças, podendo tomar-se como exemplar a proposta por Wilensky num artigo de 1964, entretanto tornado célebre¹⁷. De acordo com este autor (cit. em Dubar & Tripier, 1998: 90 e em Rodrigues, 2002: 22), são seis os critérios que devem ser sucessivamente preenchidos (até porque são progressivamente selectivos e, ao longo da história de diversas profissões, os últimos foram em regra

¹⁷ O artigo em causa tem por título “The professionalization of everyone?” e foi publicado em 1964 no *American Journal of Sociology* (2, p. 137-158). A primeira listagem de ‘atributos profissionais’ remontará, segundo Dubar & Tripier (1998: 9) a um artigo de A. Flexner, publicado em 1915 e intitulado “Is social work a profession?” (*School and Society*, I, 26). Este autor organizava a sua lista nos seguintes pontos: corpo de conhecimentos extenso e complexo, fundamentação teórica aprofundada, objectivo definido e claro, responsabilidade perante os pares, critérios comuns para o acesso e exercício profissional, e motivação altruísta de serviço social (*apud* Mesquita, 2003: 197-198). Para além de Wilensky (1964), uma tipologia muito citada é também a de Greenwood (1957), que sintetiza os atributos profissionais em cinco elementos: corpo teórico sistematizado, autoridade profissional, cultura profissional, aceitação pública e códigos de ética reguladores (*apud* Sobreira, 2003:18). Com maiores ou menores variações, o que parece essencial sublinhar é que a abordagem dos ‘traços’ ou atributos para definir uma profissão parece consensualmente envolver sempre, em maior ou menor grau, as três dimensões sintetizadas por Larson (1977: x) e seguidas também por Singer (2003: 141) – “cognitiva” (saber teórico e prático, técnicas, formação), “normativa” (orientação para serviço, princípios ético-deontológicos, responsabilidade, auto-regulação) e “valorativa” (autonomia e prestígio). Nesta última integrariamos também os importantes aspectos ligados à organização colectiva, e designadamente ao associativismo profissional, tendo em vista a adequada ‘gestão’ do grupo profissional e da sua relação com o exterior.

atingidos mais tardiamente que os primeiros) para que uma ocupação ‘ascenda’ à categoria de profissão:

- 1) Passar de actividade amadora a ocupação a **tempo inteiro**;
- 2) Comportar **regras** para a sua actividade (assegurando assim um funcionamento autónomo);
- 3) Pressupor uma **formação** científica e escolas especializadas;
- 4) Possuir **organizações profissionais** que assegurem a aplicação das regras e que façam a gestão dos conflitos, quer os internos ao grupo, quer os externos, na relação com grupos ‘limítrofes’;
- 5) Garantir uma **protecção legal do monopólio** da sua actividade;
- 6) Ter estabelecido um **código deontológico** (que possa fazer prova do “ideal de serviço”).

Coexistem aqui traços de tipo diverso, uns de âmbito **cognitivo** (reportados ao saber científico e a uma competência especializada), outros de âmbito **organizacional** (ligados ao grupo profissional e à sua gestão do mercado de trabalho próprio, bem como da relação com as instâncias do poder), outros ainda de âmbito **moral** (tendo mais a ver com princípios e valores partilhados destinados a assegurar a legitimação social e a confiança do público).

É este, genericamente, o esquema que, ao longo das últimas décadas, tem servido normalmente como medida aferidora (não obstante as críticas que concita) do maior ou menor grau de profissionalização de um grupo ocupacional. Sendo um esquema de raiz funcionalista, acaba por integrar também elementos característicos de uma perspectiva interaccionista, na medida em que chama a atenção para a “dimensão dinâmica, mais construída do que natural” (Rodrigues, 2002: 21) do “processo de profissionalização” – e não é por acaso que se fala em “processo de profissionalização”, e já não apenas em “profissionalização”. Tal processo é entendido por Wilensky, afinal, como uma “sequência de eventos ou etapas seguidas pelos grupos ocupacionais até ao estágio do profissionalismo” (*ibidem*), e não como o preenchimento estático e simultâneo de um conjunto de atributos caracterizadores de um modelo natural e pré-definido (como pretendiam as abordagens funcionalistas ‘puras’).

Segundo o autor desta classificação, nem todas as ocupações podem ambicionar vir a tornar-se profissões – uma posição, essa sim, tipicamente funcionalista –, pois nem todas conseguirão, alguma vez, satisfazer todos os critérios pré-definidos¹⁸. E ficar a meio significa, como já vimos, ‘arriscar-se’ a ser considerado “não profissão”, “semi-profissão” ou “quase-profissão”. Por exemplo, tanto Wilensky como Merton – outro destacado nome do funcionalismo no estudo das profissões – consideram que o reconhecimento de uma especialidade profissional como disciplina universitária (que lhe permita, assim, referir-se a um corpo de saberes teóricos) é um momento-chave no processo de profissionalização de uma ocupação, parecendo óbvio que, com base nesse critério, muitas ocupações nunca a tal poderão almejar. Até por isso, a abordagem funcionalista – não obstante continue a ser a mais comumente utilizada como uma espécie de medida-padrão, quando se trata de discutir as profissões enquanto instituições – acabou por ser questionada por outras perspectivas, desde logo as de filiação interaccionista, e também as do chamado “paradigma do poder”.

O próprio conceito de **profissionalismo** foi sendo utilizado de modo bastante mais complexo e elaborado do que sucedia nestes tempos, quando pretendia resumir-se a uma listagem estática e imutável de atributos supostamente definidores de uma profissão, listagem essa que era usada para ‘incluir’ uns poucos mas, sobretudo, para ‘excluir’ muitos mais. Os “traços do profissionalismo”, segundo alguns críticos, arriscam-se a ser sobretudo “mitos” (McKinlay, 1973, cit. por MacDonald, 1999: 9) alimentados pelos profissionais com o objectivo de excluir muitas ocupações deste ‘privilégio’; seriam essencialmente “argumentos” com base nos quais se estabeleceriam as fronteiras fechadas que delimitam um território profissional e controlam severamente as possibilidades de lhe aceder. Segundo a incisiva formulação de Larson (1977: xii), estas “construções ideal-típicas não nos dizem o que uma profissão *é*, mas apenas o que ela *pretende ser*”¹⁹. Daí que ela própria tenha considerado preferível (no seguimento, aliás, de Hughes e da perspectiva

¹⁸ O facto de haver grupos profissionais com estratégias vitoriosas no estabelecimento de um monopólio sobre um segmento do mercado de trabalho, legitimado jurídica e socialmente, não pode fazer-nos esquecer que outros grupos falham nessa tentativa, e é porventura tão estimulante perceber as razões do sucesso de uns como as do insucesso de outros – radicadas tanto nas disputas inter-grupos como na maior ou menor capacidade de obter do Estado o necessário aval a uma situação de privilégio. Como diz Dussault (1988: 136), “a distribuição dos privilégios ocupacionais reflecte sempre a distribuição do poder numa sociedade e a sua legitimação faz-se nos termos das ideologias dos grupos dominantes”.

¹⁹ A expressão original “*pretends to be*” assume, na tradução literal (“*pretende ser*”), uma significação dupla (ou ambígua) que parece particularmente adequada a esta visão crítica de Larson: “*pretends to be*” aponta, de facto, para o que a profissão “*finge ser*”, mas também pode significar, na tradução à letra para português, o que ela “*deseja ser*”.

interaccionista), estudar “como é que as ocupações a que chamamos profissões se organizaram de modo a obterem um poder no mercado” (*ibid.*: xvi).

O conceito de **profissionalização**, tal como definido por Wilensky, foi sendo também objecto de algumas críticas, pois a ideia de um *continuum* linear e progressivo entre a não-profissionalização e a profissionalização de grupos ocupacionais mereceu as reservas de diversos autores. Estudos empíricos, por exemplo de Abbott, chamaram a atenção para o facto de que as profissões evoluem em muitas direcções, a ritmos e sequências diferentes, aos níveis local e nacional (Rodrigues, 2002: 22), pelo que não faria sentido colocar as coisas em termos de *continuum* entre dois simples pólos. Além disso, as abordagens ligadas ao “paradigma do poder”, ao colocarem em relevo as **estratégias** dos grupos ocupacionais para obterem uma situação mais favorável (nos planos legal, laboral, económico e social), interpretaram de modo mais fundo e complexificaram o conceito de profissionalização. Larson, por exemplo, define-o como a “tentativa de transferir uma ordem de recursos escassos – saber especializado e competências [*skills*] – para outra – recompensas sociais e económicas”, sendo que “manter a escassez implica uma tendência para o monopólio: monopólio de *expertise* no mercado, monopólio de *status* num sistema de estratificação ” (Larson, 1977: xvii). O que implica que a profissionalização contém estas duas dimensões sempre inseparáveis: a busca do controlo de um mercado e a mobilidade social ascendente, fonte de um prestígio acrescido. E estas dimensões não são “meros factos da vida social” ou “reflexos automáticos de uma competência, de *expertise* ou de padrões éticos”; são “a resultante do ‘projecto profissional’” (MacDonald, 1999: 10), ou seja, o objectivo estrategicamente perseguido por um determinado grupo ocupacional.

Em consequência disto, a noção de **profissionalismo**, em muitos contextos usada apenas no sentido de ‘conjunto de traços definidores de profissão’ (por oposição a ‘ocupação’), ou seja, uma espécie de lista instrumental, imutável e inquestionável, acaba por se complexificar e por ser olhada também (ou sobretudo) no seu **carácter ideológico**. É, no fundo, para o que aponta a já referida opinião de Gyarmati (*apud* Rodrigues, 2002: 40-41) de que a sociologia das profissões tradicional “transformou em teoria uma doutrina, a doutrina das profissões” e, ao fazê-lo, “cumpriu uma função ideológica, ajudando a legitimar e perpetuar o *status quo*” (*ibidem*). Na “ideologia do profissionalismo”, muitos autores vêem, afinal, um propósito sobretudo auto-justificativo e perpetuador de uma situação favorável aos próprios profissionais (uma espécie de “mandarinato”), que merece críticas fortes de muitos sociólogos. A este propósito, veja-se, por exemplo, o que escreveu Julius Roth (1974, cit. por Rodrigues, *ibid.*: 43):

O problema com a abordagem centrada nos atributos [de uma profissão] é que esta não foca o processo mas o seu produto, focagem essa contaminada pela ideologia e interesses dos grupos profissionais em vez de ser uma avaliação independente do seu desempenho. (...) Os sociólogos que se centram na definição de listas de atributos não estudam o processo de profissionalização, mas participam nele. Tornam-se nos procuradores das profissões estabelecidas (...) e em árbitros das suas disputas [pelo prestígio] em vez de observar e interpretar os comportamentos envolvidos nesse processo.

As abordagens iniciais da sociologia das profissões mereceram, assim, progressivas críticas, por se entender que os sociólogos a elas ligados teriam “caído numa armadilha ideológica” (Couture, 1988a: 5), ao assumirem como traços definidores (e como resultados de trabalho científico) as ‘imagens de si’ desejadas, e transmitidas, pelos próprios grupos profissionais – imagens essencialmente assentes nos dois pilares de (1) domínio exclusivo de certos saberes esotéricos e de (2) uma ética altruísta de serviço. As explicações ‘científicas’ dos privilégios detidos pelas profissões teriam contribuído, assim, para os legitimar. Daí as perspectivas mais críticas que se foram desenvolvendo neste domínio específico dos estudos sociológicos, insistindo no facto de que “as profissões são constructos sócio-históricos” (*ibidem*), diferentes de país para país – o que deu lugar ao aparecimento de cada vez mais estudos comparativos –, e também encarando o estudo das profissões “como via de apreensão de fenómenos sociais globais”, como por exemplo o das “relações entre saber e poder” (*ibid.*: 6).

Johnson – um dos autores normalmente associados, como atrás se viu, ao “paradigma do poder” – questionou igualmente as noções tradicionais de profissionalismo, considerando que ele não define propriamente uma ocupação, ou a natureza de particulares ocupações, mas “um meio de controlo de uma ocupação” (Rodrigues, 2002: 49). E este controlo seria em grande parte conseguido através do conceito de **indeterminação**, já antes referido²⁰ – um conceito que se associa ao conhecimento profissional ou *expert*, no sentido em que este implica sempre um certo grau de incerteza, uma capacidade de adaptar à resolução de problemas novos o saber especializado que se adquiriu num processo de formação científica. Ora, na perspectiva de Johnson, “a incerteza não é inteiramente cognitiva, tem uma componente de complexidade do conhecimento, de esoterismo, mas também de mistificação deliberadamente desenvolvida pelas profissões com vista a aumentar a distância, a autonomia e o controlo sobre a prática ou actividade profissional” (*ibidem*). Assim, o profissionalismo alimentaria esta vontade de controlo da ocupação, de

²⁰ Ver nota 16, neste capítulo.

modo a mantê-la exclusiva, em regime de monopólio, e fechada à intervenção de quaisquer pessoas exteriores ao grupo.

À questão do profissionalismo voltaremos mais tarde (Capítulo III), já no contexto mais específico do grupo profissional dos jornalistas e das estratégias que, ao longo das décadas, foram conduzindo em seu nome.

2.1. – Presente e futuro do estatuto profissional

Ocupada, durante bastante tempo, com a questão da definição e da construção do seu objecto de estudo, a sociologia das profissões quis virar-se também, mais recentemente, para “a questão do futuro do estatuto profissional no mercado de trabalho, no seio das sociedades capitalistas avançadas” (Couture, 1988b: 81), preocupando-se com um conjunto de fenómenos sociais que podem influenciar o desenvolvimento das profissões e a sua articulação com a sociedade. É assim que, como contraponto às teses da **profissionalização**, vão surgindo diversos estudos que colocam o problema de saber até que ponto estamos a assistir a uma diminuição do poder, autonomia e carácter exclusivista, monopolista, das profissões (**desprofissionalização**) e/ou ao seu enquadramento progressivo em estruturas organizacionais que lhes alteram substancialmente o estatuto e modo de funcionamento (**burocratização e proletarização**)²¹ – contendo estas tendências, como pano de fundo, também um alegado processo de **desqualificação** dos profissionais tais como os vimos caracterizando.

Os autores que têm estudado e debatido esta questão dividem-se entre os que apontam uma tendência clara no sentido da perda de poder e influência por parte das profissões²² e os que, pelo contrário, consideram que o poder das profissões e a sua preponderância social têm conseguido manter-se ou refazer-se, embora integrados em novos contextos de trabalho e novas condições económicas, sociais, políticas e culturais. Para além dos estudos empíricos que desenvolveram a este propósito, parece também

²¹ Na definição proposta por Lewis *et al.* (2003: 57), a *desprofissionalização* “alerta-nos para as mudanças sociais no controlo do conhecimento”, enquanto a *proletarização* nos alerta, por outro lado, para a “rotinização do trabalho especializado [*expert work*]”.

²² Uma das linhas de força desta tendência associa a ascensão do poder das profissões aos tempos do capitalismo liberal, do *laissez-faire*, e o seu suposto declínio à época do “capitalismo avançado” (Krause, 1988: 91) subsequente à II Guerra Mundial, convocando para esta análise o papel do Estado e, designadamente, as suas relações com o capital, mas também o seu carácter mais ou menos interventivo na regulação social dos poderes profissionais.

claro, como faz notar Rodrigues (2002: 90-91), que uns e outros autores fazem reflectir nas suas abordagens o posicionamento político-ideológico de que partem, isto é, “a medida em que aceitam as instituições de tipo corporativo, os grupos de interesse e as profissões, como formas legítimas de participação na vida política, como forças de mediação entre os indivíduos e o Estado ou, pelo contrário, as consideram obstáculos a uma mais ampla participação dos indivíduos na vida social”. E isto é, como temos visto, algo que divide fortemente os estudiosos das profissões.

A matéria deve, entretanto, ser tratada com alguma prudência. Independentemente de analisarmos com mais detalhe as duas grandes hipotéticas tendências referidas – **desprofissionalização** e **proletarização** – na sua especificidade, convém desde logo sublinhar alguma confusão ou sobreposição dos próprios conceitos implicados:

Definindo-se a proletarização, na teoria-matriz das classes sociais, como um processo irreversível que vai da alienação económica à alienação técnica do saber operário, um determinismo capitalista no plano teórico leva-nos a confundir desqualificação e proletarização. Do mesmo modo, a definição da desprofissionalização, vista como a passagem de uma actividade económica autónoma e inscrita no modo de produção de mercado, a uma actividade assalariada e inscrita no modo de produção capitalista, leva-nos a confundir desprofissionalização e proletarização (Legault, 1988: 168).

Ora a realidade parece mostrar-nos que os processos nem sempre são tão lineares ou deterministas, sugerindo de algum modo que “os profissionais assalariados têm uma posição de classe tal que repõe em questão a divisão dicotómica da sociedade de classes, e que as corporações profissionais exercem nos locais de trabalho um poder concorrente ao do capital” (*ibidem*). Por outro lado, a tentação de generalização destes processos ou tendências relativamente à transformação do trabalho profissional nas sociedades contemporâneas pode fazer-nos esquecer igualmente que as diversas profissões “não são homogéneas entre si” (*ibidem*), nem cada uma é homogénea no seu próprio seio – recorde-se o que atrás foi dito a propósito da existência de “segmentos profissionais” no interior de cada profissão, uma tese cara à perspectiva interaccionista e que continua a merecer atenção, porventura de modo redobrado.

Consideradas estas duas precauções, vejamos então mais de perto cada uma das tendências atrás enunciadas.

2.1.1. - Desprofissionalização

O debate acerca da desprofissionalização foi suscitado em especial por Marie Haug e pelo seu trabalho “*Deprofessionalization: an alternate hypothesis for the future*”, datado de 1973. Na sua própria definição, a desprofissionalização consistiria na “perda, pelas

ocupações profissionais, das suas qualidades únicas, particularmente do seu monopólio do conhecimento, da crença pública no *ethos* de serviço e das expectativas de autonomia no trabalho e de autoridade sobre o cliente” (Haug, 1973, cit. por Rodrigues, 2002: 69). Esta tendência verificar-se-ia pela conjugação de um conjunto de factores:

- a evolução tecnológica que torna mais acessível e mais difundido o conhecimento (já não só aos ‘iniciados’ mas também aos ‘leigos’),
- a revalorização progressiva dos saberes empíricos (passíveis de serem apreendidos por pessoas sem formação académica e sobre os quais é difícil exercer qualquer monopólio),
- a crescente especialização em muitos domínios profissionais (que segmenta progressivamente o grupo profissional, cada vez menos homogêneo a este nível),
- a crítica crescente, por parte dos consumidores, ao ‘elitismo’, à ‘impunidade’ e à ‘mercantilização’ de muitos profissionais (com o pôr em causa do seu *ethos*, dos valores de altruísmo e desinteresse que eles sempre proclamavam numa lógica associada ao “profissionalismo”),
- e, enfim, as reivindicações progressivas de clientes no sentido de uma maior participação nas decisões dos próprios profissionais e de questionamento tanto da sua suposta infalibilidade como dos seus tradicionais privilégios.

Estamos perante aquilo a que Haug chama genericamente “mecanismos de desqualificação dos profissionais”, e que atingiriam não só a posição e papel dos profissionais na sociedade – com destaque para a progressiva perda da sempre tão valorizada autonomia profissional (Lewis *et. al.*, 2003: 45) – mas até o seu corpo tradicionalmente preservado de saberes esotéricos, especializados e exclusivos.

De notar que, mesmo aceitando as teses de Haug no apontar de uma tendência de desprofissionalização, isso não significaria necessariamente o desaparecimento de *experts*. A autora estabelece uma diferença conceptual importante entre **expert** e **profissional**, no que respeita às questões de poder e autonomia: pode-se pedir a opinião e o parecer de um *expert*, decidindo-se depois se se segue ou não esse parecer, o que é bastante diferente no caso dos profissionais, em que “se sente compulsão social para aceitar o seu ponto de vista como última palavra” (Rodrigues, 2002: 71). Daí que Haug admita que os profissionais

possam, no futuro, vir a dar lugar a *experts*, com os clientes em posição de ouvir e escolher as alternativas propostas, e não como seguidores passivos de um ditame indiscutível.

As opiniões de Haug no sentido da desprofissionalização são contestadas por diversos autores que, além de não verem essa convicção comprovada por estudos empíricos ou pelas práticas verificáveis à sua volta, sugerem que as profissões têm encontrado meios de resistir a essa tendência ou de a contornar. Rodrigues (2002: 72) dá como exemplo a tese de Pierre Bourdieu segundo a qual “a vulgarização dos conhecimentos não produz o efeito de reapropriação social em detrimento do monopólio dos profissionais, nem tem o efeito de deslocar a fronteira entre leigos e profissionais”, uma vez que “estes, impelidos pela lógica da concorrência no seio do campo, tendem a aumentar a cientificidade para conservar o monopólio e escapar à desvalorização social, tendem a reforçar a autonomia e a separação dos profanos, aumentando a tecnicidade das suas intervenções”.

Há também quem, como Lewis *et al.* (2003), prefira chamar a atenção para o facto de podermos estar a assistir, não a um processo geral de desprofissionalização puro e simples, mas a um esforço de **reprofissionalização** por parte dos mais directamente interessados (ou visados), colocando em novos moldes a conceptualização e o exercício do poder e da autonomia profissionais, face aos contextos de trabalho (empresariais, económicos, tecnológicos, organizacionais) das sociedades contemporâneas. E um dos elementos de um novo modo de conceber o profissionalismo passaria, por exemplo, por enfatizar mais a necessidade de responsabilizar os profissionais face à sociedade a quem dizem servir (ou seja, reforçar os mecanismos de *accountability*, de ‘prestação de contas’), com isso contrabalançando o acentuar constante e quase exclusivo da importância da autonomia profissional – frequentemente olhada pelo cidadão leigo como fonte de impunidade e de arrogância, e onde é possível vislumbrar resquícios de pendor corporativista –, numa postura que tem contribuído para a erosão do prestígio dos profissionais, tanto junto dos clientes que a eles recorrem como junto da opinião pública em geral.

2.1.2. - Proletarização

A outra tendência em anos recentes muito referida e estudada, sobretudo a partir do trabalho de Martin Oppenheimer – em particular do seu texto “*The proletarianization of the professional*”, também datado de 1973 –, é a da alegada proletarização dos profissionais, no duplo sentido, referido por Rodrigues (2002: 73), de “proletarização técnica” (perda de

controlo sobre o processo e o produto do seu trabalho) e de “proletarização ideológica” (expropriação de valores a partir da perda de controlo sobre o produto do trabalho e da relação com a comunidade). Neste sentido, poderíamos parafrasear Larson e encarar a proletarização como um contraponto ideológico do profissionalismo (Larson, 1977: 239). E o seu enquadramento económico é assim sintetizado por Marie-Josée Legault:

A passagem do capitalismo concorrencial ao capitalismo monopolista, com a concentração de capitais, leva à concentração e à burocratização das empresas. A proporção do emprego profissional no emprego total aumenta com a evolução tecnológica, e este aumento manifesta-se no emprego assalariado das grandes empresas burocráticas, e não na forma empresarial de emprego autónomo (Legault, 1988: 164).

Para Oppenheimer, é bastante claro que os profissionais – mesmo os liberais (médicos, engenheiros, advogados), cada vez mais empregados de organizações, de instituições públicas ou de empresas privadas, quase como qualquer trabalhador por conta de outrem – estão a transformar-se num novo proletariado, pois “o assalariamento, num contexto em que as novas tecnologias e as condições de trabalho não favorecem o labor liberal, implicaria a perda de privilégios e a aproximação dos profissionais, em termos de atitudes, valores e comportamentos, ao mundo dos operários” (Rodrigues, 2002: 73). E se isso é verdade para as ‘profissões estabelecidas’, muito mais o seria para aquelas que uma perspectiva funcionalista classifica de “quase-profissões” ou “semi-profissões” (os enfermeiros, os professores, os jornalistas...), ou seja, ocupações que costumam reclamar-se do profissionalismo mas não preenchem todos os seus critérios ‘tradicionais’ e, desde logo, sempre funcionaram quase só num contexto burocrático (de trabalho assalariado) e não de exercício liberal da actividade.

Uma das diferenças fundamentais entre estes dois pólos é que no trabalho profissional há “discrecionabilidade e julgamento” da responsabilidade do trabalhador – recordemos os actos profissionais de “inferência”, apontados por Abbott – além de ser uma actividade que não é facilmente padronizável e para a qual se requerem elevados níveis de formação (Oppenheimer, 1973, cit. por Rodrigues, 2002: 73). Pelo contrário, no trabalho proletarizado ocorre uma divisão extensiva do trabalho e cada trabalhador realiza apenas um pequeno número de tarefas integradas num processo mais vasto que lhe escapa; as características do posto de trabalho, a natureza do produto e as condições da produção são “determinadas por autoridades exteriores” ao grupo profissional, públicas ou privadas (*ibidem*). A proletarização acaba por acarretar, assim, o declínio de competências e qualificações dos profissionais, bem como da sua autonomia de trabalho, como resultado dos esforços administrativos e burocráticos (da gestão) para aumentar o controlo sobre o

processo produtivo. O trabalho fica fragmentado, desqualificado e rotinizado, os trabalhadores tornam-se, cada vez mais, meros executantes.

Não obstante, podem colocar-se algumas reticências, se não à tendência para a proletarização de muitos profissionais, pelo menos às consequências daí decorrentes. Há quem sustente, por exemplo, que os profissionais trabalhando em situação de assalariamento não perdem completamente a independência e autonomia, pois trata-se, ali, de “ambientes híbridos nos quais se mistura o poder formal do capital com os poderes informais baseados no conhecimento” (Rodrigues, 2002: 75). É o retomar da tese, cara a Freidson, de que a autoridade profissional (e correspondentes privilégios profissionais, entre eles o controlo sobre o próprio trabalho) depende basicamente da institucionalização do conhecimento. Ora esta está associada, no processo da sua aquisição, a um sistema de crenças, valores e atitudes partilhados pelo grupo, o que leva a que a margem de **indeterminação** presente nos processos de aplicação do conhecimento profissional (recorde-se o binómio “indeterminação / tecnicidade”) não seja inteiramente cognitiva.

Serve isto para dizer, como o faz por exemplo Paul Boreham (1983, cit. por Rodrigues, 2002: 77) ²³, que a **indeterminação** é “uma dimensão subjectiva da ideologia profissional que pode ser desenvolvida e enfatizada na medida em que a racionalização e a especialização corroem a autonomia de certas profissões”. Por outras palavras, este conhecimento profissional pode funcionar como uma espécie de antídoto contra a tendência de proletarização ou como uma ‘bolsa de resistência’ dos profissionais em contextos burocratizados, continuando a permitir-lhes garantir uma margem de autonomia (logo, de poder profissional) mesmo quando enquadrados numa estrutura hierárquica e funcional de trabalhadores assalariados, de ‘proletários’.

Na sua contestação a um processo linear de proletarização das profissões, Boreham vai ainda mais longe e sugere a existência de uma dupla dinâmica entre a profissionalização e a proletarização, assim explicada por Rodrigues (*ibid.*: 79):

A dimensão da tecnicidade tende a ser aplicada àqueles indivíduos que são periféricos às funções centrais da organização, enquanto o processo de indeterminação é localizado naqueles níveis da organização que são mais contingentes estrategicamente para o processo de produção.

Significa isto que profissionais do mesmo ofício a trabalhar igualmente em empresas ou instituições burocratizadas podem ser afectados em grau diferente por um

²³A obra de Paul Boreham referida por Rodrigues é “*Indetermination: professional knowledge, organization and control*” (1983).

processo de proletarização, conforme a sua posição quer na cadeia hierárquica, quer na cadeia de produção. Ou seja, parece clara (para os defensores de uma perspectiva menos fatalista quanto a uma inexorável proletarização) a existência, no seio dos trabalhadores profissionais, de “um estatuto de assalariado que ‘realiza [*accomplit*] as funções do capital’ (...), o qual permite a coabitação da salarização e da autonomia profissional” (Legault, 1988: 166). Esta perspectiva contraria o ponto de vista típico das correntes marxistas ‘ortodoxas’ que estabelecem uma “ligação automática” entre salarização, proletarização e desqualificação (*ibidem*), além de pôr em evidência não só as “práticas de resistência” dos profissionais para preservarem alguma da sua autonomia, como também a “importância do *saber* como meio de produção na sociedade pós-industrial” (*ibid.*: 167, realce da autora). Segundo esta análise,

as transformações do capitalismo contemporâneo criam estatutos de trabalhadores cuja compreensão exige categorias conceptuais mais refinadas do que uma tradicional definição bipolar entre os proletários assalariados e os detentores de capital, definição essa que fundamenta a divisão dicotómica da sociedade de classes no único princípio da propriedade do capital (*ibid.*: 165).

É para esta mesma realidade que chamam a atenção Derber & Schwartz (1988), quando aludem às relações de produção “**logocráticas**” que vêm emergindo, paralelamente às relações de produção capitalistas e misturando-se com elas. O eixo “logocrático” é por eles considerado um segundo eixo (a par do do capital), de estratificação e dominação de classe, mas “organizado em torno da *expertise* que faz autoridade” (Derber & Schwartz, 1988: 76) e que é assim explicado:

O trabalho autónomo tornou-se problemático para os médicos, advogados e outros profissionais tradicionalmente independentes. Mas os profissionais não se proletarizaram da mesma maneira que os trabalhadores de cadeia de montagem ou os outros trabalhadores não-profissionais. Como os trabalhadores de ofício de há um século atrás, eles exploraram a sua *expertise* para conseguir criar um nicho único, em parte trabalhador assalariado, em parte administrador, em parte empresário. Quer sejam trabalhadores autónomos ou assalariados, quer estejam no sector privado, nas universidades ou no governo, frequentemente os profissionais ‘*engagent et congédient*’, avaliam, supervisionam e participam na atribuição de tarefas e, de diversas maneiras, na configuração da divisão do trabalho. Isto significa que o ambiente de trabalho do séc. XX, tal como o do séc. XIX, é híbrido, integrando direitos de propriedade do capital e um segundo conjunto de pretensões baseadas no saber (*ibid.*: 59/60).

Embora, à superfície, os profissionais se pareçam cada vez mais com os demais trabalhadores, na prática não o são e detêm um conjunto de poderes, sobretudo informais, mas poderes **de facto**, que os colocam numa posição particular e sugerem que “o conhecimento, tal como o capital, é um recurso de classe fundamental e uma base potencial de poder de classe” (*ibidem*). O exemplo mais puro desta “lógica de classe logocrática” encontra-se, segundo Derber & Schwartz, nas actuais sociedades de

advogados, um tipo de estabelecimentos a que chamam “*logofirmas*” e que caracterizam deste modo:

Uma logofirma pode assumir um certo número de formas legais, sejam uma empresa [*corporation*] ou uma sociedade profissional, mas todas implicam a propriedade colectiva por parte dos próprios profissionais. À medida que a prática a solo se tornou menos lucrativa e desejável, a logofirma emergiu como a forma contemporânea do emprego profissional autónomo (*ibid.*: 61).

Situando os antecedentes destas empresas especiais nas velhas guildas medievais (onde o mestre-artesão combinava a autoridade do capital e do saber), os autores sublinham que as “*logofirmas*” possuem elementos capitalistas, na medida em que visam o lucro e concorrem com outras empresas num mercado, mas “utilizam uma medida diferente para atribuir tanto os lucros como o controlo último” (*ibid.*: 63) – controlo do qual estão excluídos todos os não-profissionais. Afirmam-se também como “hierarquias de saber” (*ibidem*), promovendo os que têm a *expertise* necessária e se adequam ao estilo da firma.

É claro que, actualmente, só uma pequena parte (embora crescente, sobretudo por razões de racionalidade e proveito económicos) dos profissionais trabalha em “*logofirmas*” – essas “ilhas de poder de classe profissional e de relações de classe logocráticas num oceano capitalista”, para usar as palavras de Derber & Schwartz (*ibid.*: 74) –, estando muitos dos restantes integrados em empresas ou organizações burocráticas tradicionais. Será que, nestes casos, a proletarização é mais evidente ou inelutável? Não necessariamente, na opinião dos autores aqui citados, para quem estes profissionais, embora não controlem totalmente a organização em que se inserem, “partilham com os seus colegas das logofirmas uma autonomia considerável, um poder de supervisão, e uma voz no capítulo da organização do trabalho e da direcção da empresa, algo que é estranho aos não-profissionais” (*ibid.*: 67). Seriam uma espécie de “*logofirmas internas*” (de que os autores dão como exemplo o funcionamento razoavelmente autónomo dos professores, ou de um departamento, no seio de uma Universidade), onde os profissionais continuariam a poder “utilizar os seus monopólios de conhecimento para atingir uma posição de classe *de facto* distinta” da dos restantes assalariados (*ibid.*: 75, realce dos autores). Esta lógica de “capitalismo logocrático” – capitalista quanto aos fins, logocrático quanto aos meios – seria, assim, um modo de estender ao **conhecimento** a base de poder tradicionalmente reservada em exclusivo ao **capital**, permitindo com isso que o poder e a autonomia profissionais de algum modo pudesse continuar a exercer-se, contrariando, ao menos em

parte, a tendência de proletarização que pareceria incontornável face aos novos modos de organização empresarial.

Quem sustenta que as profissões não estão a sofrer um processo de tendencial proletarização nem por isso rejeita liminarmente a ideia de que há alterações em curso. A questão está, sobretudo, no âmbito e alcance dessas alterações:

Mais do que o poder das profissões, o que de facto pode ser afectado é o seu lugar no mercado, a sua relação com este e a importância ou centralidade dos produtos ou serviços produzidos pelos profissionais, afectados não só pelos recursos disponíveis na economia em geral, mas também por decisões económicas do Estado ou da economia privada (Rodrigues, 2002: 80).

As opiniões mais difundidas parecem, assim, sugerir que a burocratização do trabalho profissional e a sua eventual proletarização nem por isso acabarão com as profissões e o seu poder tal como os fomos conhecendo, até porque se lhes tem reconhecido uma razoável capacidade de resistência e de adaptação a novas condições. O perigo maior, segundo alguns autores, poderia até vir do Estado, que “nas últimas décadas tem tentado intensificar quer a regulação, quer a concorrência de mercado em relação às profissões”, ainda que elas se venham mostrando “capazes de se acomodar a estas pressões” (MacDonald, 1999: 63).

2.1.3. - O caso específico dos jornalistas

As questões aqui enunciadas das alegadas tendências tanto para a **desprofissionalização** como para a **proletarização** parecem-nos especialmente significativas no contexto de um trabalho cujo objecto é o grupo profissional dos jornalistas. Com efeito, os debates sobre uma e outra tendências acompanham de há muito esta profissão e as suas particularidades, tendo-se intensificado sobremaneira nos últimos anos, em boa parte por força dos desenvolvimentos tecnológicos no que toca às possibilidades de recolha, tratamento e difusão da informação (com incidência em termos de desprofissionalização) e por força da intensificação de uma lógica essencialmente mercantil em toda a actividade ligada aos *media* (com incidência em termos de proletarização).

A evolução tecnológica das últimas décadas – designadamente no que respeita ao uso cada vez mais generalizado de suportes digitais para armazenamento e transmissão de dados, bem como à facilidade e rapidez de acesso à informação ou da sua edição e difusão, por força da Internet e dos canais de banda larga – recolocou em novos moldes boa parte

do trabalho dos jornalistas, mas permitiu também que muitas outras pessoas possam utilizar as ferramentas que, em alguma medida, eram exclusivo seu. Neste sentido, pode dizer-se que foi ameaçado, quando não já ferido de morte, o tradicional monopólio dos jornalistas no domínio da recolha, tratamento e difusão de informação noticiosa sobre a actualidade. E a perda do monopólio de conhecimento numa determinada área de actividade (mais a sua correlativa operacionalização, traduzida na prestação à comunidade, com carácter exclusivo, de um serviço considerado socialmente relevante) é, como atrás vimos, um dos indicadores de uma tendência para a **desprofissionalização** de determinado grupo profissional.

Hoje em dia, sobretudo por força das novas possibilidades de comunicação à distância e de distribuição individualizada da informação a custo reduzido ou nulo (de que são indissociáveis a massificação do uso de computador pessoal e de telemóvel com *software* cada vez mais sofisticado), torna-se frequentemente menos necessário o papel de intermediação realizado pelo jornalista entre as “fontes primárias” de informação e os seus destinatários finais – o público. Nuns casos, são as próprias “fontes primárias” – instituições públicas e privadas, colectivas ou individuais, políticas ou económicas, culturais ou desportivas – que preferem fazer chegar a informação directamente ao público, prescindindo (porque nem sequer é difícil, em muitas circunstâncias) da intermediação dos profissionais e dos seus suportes mediáticos próprios. Noutros casos, é o público que prefere aceder directamente (porque também vai sendo cada dia mais fácil) à informação ‘em bruto’ das “fontes primárias” institucionais, optando por fazer ele próprio a sua triagem, a sua selecção, a sua leitura e interpretação dos dados informativos.

Venha a iniciativa de um ou de outro dos pólos da relação comunicativa, em ambos se esbate, ou tendencialmente desaparece, a figura do profissional de quem, antes, se esperava que fizesse de modo competente (porque para isso estatutariamente preparado e socialmente reconhecido) esse trabalho: pesquisar informação nas fontes, seleccioná-la em função de um conjunto de critérios profissionais, elaborá-la, interpretá-la e difundi-la em tempo útil junto do público. E isto sucede graças às já referidas facilidades tecnológicas, mas sucede também porque a legitimidade do jornalista enquanto detentor de tais funções em regime de monopólio (monopólio licenciado pelo Estado e fortemente protegido pelo grupo de pares) vai sendo progressivamente questionada – como, de resto, sucede com vários outros grupos profissionais. Do mesmo modo, o pressuposto do “ideal de serviço” associado ao profissionalismo aparece cada vez menos claro no trabalho de jornalistas inseridos em grandes organizações mercantis, onde os resultados económicos e

a competição por audiências agravam os constrangimentos (materiais, uns; éticos, outros) de que nem sempre conseguem libertar-se os profissionais da informação.

Questão complementar desta (e que mais adiante se retomará com outro desenvolvimento) é a de saber se a tendência aparente de desprofissionalização dos jornalistas tal como nos habituámos a conhecê-los implica um esvaziamento progressivo das suas funções essenciais, e, no limite, o desaparecimento da profissão, ou se, pelo contrário, o novo contexto e os novos enquadramentos – nos planos social, tecnológico, político, económico e cultural – obrigam a uma redefinição das suas funções profissionais e a uma reformulação do seu papel.

Ainda mais evidente (e com presença mais antiga nos debates internos ao grupo profissional) é a alegada tendência para a **proletarização** dos jornalistas. Mais do que uma tendência recente e favorecida pelos novos contextos socio-económicos, pode dizer-se que é, ao menos em parte, uma realidade inscrita desde o início no enquadramento organizacional deste grupo profissional – à semelhança do que sucede com muitas das outras chamadas “semi-profissões”, e às quais se diz faltar o poder decisivo da autonomia, da capacidade de controlar totalmente as condições e o produto do seu trabalho. É, tipicamente, uma daquelas situações com que os estudos sociológicos tradicionais das profissões sempre tiveram mais dificuldade em lidar:

Dados os pressupostos teóricos e metodológicos dominantes na sociologia das profissões, concentrados na formulação do modelo ou ideal-tipo de profissão decalcada da realidade ou das características das profissões liberais, as profissões não liberais, predominantemente integradas em organizações, portanto em situação de assalariamento e dependência, constituíram desde sempre ‘um problema’ (Rodrigues, 2002: 23).

Com excepções pontuais e relativamente marginais ao sistema mediático no seu conjunto (os chamados *free-lancers*, no plano individual, ou as cooperativas de jornalistas e “sociedades de redactores”, no plano colectivo / empresarial), os jornalistas foram sempre, desde a autonomização da sua actividade em moldes profissionais ‘clássicos’, funcionários de organizações (empresas), trabalhadores por conta de outrem, pagos com um salário e sujeitos a uma hierarquia. Nesse sentido, foram sempre, em alguma medida, proletários – ao contrário das chamadas ‘profissões estabelecidas’, onde quase sempre coexistiram modos de funcionamento tanto liberais como integrados em organizações e que, em alguns casos, começaram por funcionar exclusivamente em moldes liberais, assim se tendo autonomizado e afirmado. Não obstante, o próprio ordenamento jurídico que regula a actividade profissional dos jornalistas em Portugal, associado à pressuposição de que eles preenchem uma função socialmente relevante e de inegável interesse público

(mesmo num enquadramento empresarial privado), prevê cláusulas de excepção a este regime de trabalho dependente: veja-se a “cláusula de consciência” – que possibilita ao jornalista, em determinadas circunstâncias, subtrair-se à autoridade legítima da sua empresa –, vejam-se também as disposições que conferem ao grupo profissional o direito de se auto-regular em matérias do foro deontológico.

Neste caso, portanto, a questão a colocar será menos a de saber se se observa ou não uma tendência de proletarização dos jornalistas (embora possa valer a pena analisar até que ponto essa tendência se tem acelerado sintomaticamente nas últimas décadas, e que consequências podem daí esperar-se – o que também será feito adiante neste trabalho), mas a de perceber quais as implicações, para as exigências do seu trabalho profissional, para a construção e afirmação da sua identidade profissional, para a prossecução da sua função social, de um enquadramento socio-económico-laboral misto, fluído, quando não contraditório. E perceber também, como atrás se dizia, que hipóteses de resistência à completa proletarização tem uma profissão – seja no seu todo, seja por parte de alguns dos seus segmentos internos mais proeminentes – quando é chamada a viver e a funcionar num contexto tipicamente empresarial e burocrático.

3. Síntese conclusiva

Procurámos, ao longo deste primeiro capítulo, desenhar sucintamente o quadro teórico onde pode inscrever-se o debate contemporâneo sobre a profissão de jornalista (como, aliás, o debate genérico sobre as profissões, os processos de profissionalização e a força apelativa do polifacetado conceito de profissionalismo).

Depois de uma passagem pelas ambiguidades associadas à própria noção de “profissão” – que a tradição anglo-saxónica, ao contrário da da Europa continental, de há muito contrapunha à noção de “ocupação” –, vimos como ela pode designar aspectos muito diversos, prestando-se, por isso, a “todas as manipulações simbólicas” (Dubar, 1996). Três grandes perspectivas foram, entretanto, identificadas: a profissão como forma histórica de organização social, como forma histórica de realização de si e como forma histórica de coligação de actores que defendem os seus interesses específicos num segmento do mercado de trabalho. Cada uma delas é, de certo modo, preponderante nas diferentes correntes de pensamento que, ao longo do século XX – e muito em particular

depois dos anos 1960/70 –, se dedicaram ao assunto, estabelecendo as bases de uma hoje muito difundida “sociologia das profissões”.

Na abordagem de cariz funcionalista, que mergulha raízes no pensamento de Durkheim e na sua teoria sobre os “corpos intermédios” entre o Estado e os cidadãos, a quem caberia um papel importante de regulação e coesão social, as profissões implicam necessariamente um conjunto de **traços** ou atributos que as distinguem das demais ocupações (‘traços’ dos domínios cognitivo, organizacional e moral) – e que são exigidos pela função que estruturalmente lhes está ‘cometida’ pela sociedade.

A esta abordagem relativamente estática e muito tributária do **modelo** típico das profissões liberais estabelecidas, as teorias interaccionistas (ligadas à Escola de Chicago) contrapuseram uma perspectiva mais dinâmica, interessada sobretudo em compreender o **processo** pelo qual uma dada ocupação tentava torná-la uma profissão – e os seus protagonistas tentavam ser reconhecidos e legitimados como profissionais ‘de corpo inteiro’, com o inerente estatuto social valorizado. O pressuposto era já não que “as coisas acontecem”, mas que “as pessoas agem” – e, nesse sentido, os processos de profissionalização resultam de múltiplas interacções sociais, quer no seio do grupo ocupacional, quer na sua relação com outros grupos mais ou menos próximos e com as próprias instituições da sociedade.

Uma terceira corrente de pensamento (especialmente atenta aos legados de autores como Marx e Weber) desenvolveu-se entretanto, chamando a atenção para as condicionantes económicas dos processos de profissionalização, para a sua articulação com movimentos de estratificação e mobilidade social, para a sua inscrição concreta no fluxo concreto da história dos diferentes países e regiões – e, afinal, para a questão do “poder” subjacente a estes movimentos e organizações. O chamado “paradigma do poder” pôs em evidência o empenho dos grupos profissionais na criação e gestão de segmentos fechados do mercado de trabalho, ocupados em regime de tendencial monopólio, e a importância da argumentação desenvolvida com vista à sua preservação – com isso se aproximando de uma “ideologia do profissionalismo” que não deixou, até hoje, de alimentar as mais variadas controvérsias.

A este conjunto de abordagens, que complexificou mas também enriqueceu as análises e os debates sobre as profissões e as estratégias de profissionalização, acrescentam-se certas tendências mais recentes no sentido da desprofissionalização, da burocratização e da proletarização de actividades do trabalho. E ajudam a contextualizar também esforços que, como reacção a algumas dessas tendências e à sua eventual

submissão a lógicas exclusivas de mercado, apostam numa espécie de “re-profissionalização” que coloque em novos moldes a conceptualização e o exercício do poder e da autonomia profissionais. Ou seja, que recupere e actualize princípios e valores originariamente associados ao profissionalismo, com especial ênfase nos domínios da ética, da responsabilidade social decorrente da prestação de um serviço público relevante, e da correlativa exigência de ‘prestação de contas’ (*accountability*) à sociedade.

Por tudo isto nos pareceu que este seria o quadro global mais adequado para tentar compreender o caso específico e complexo da profissão de jornalista, seja no que toca às contradições com que ainda hoje se debate, seja no que toca às ambiguidades que revelou ao longo do processo histórico em que procurou forjar, definir, autonomizar e impor social e institucionalmente a nobreza do seu ofício. E, valendo a pena fazer o exercício de analisar até que ponto os jornalistas preenchem ou não (ou de que modo particular) os critérios tradicionalmente exigidos pelas profissões, à luz das lógicas funcionalistas, muito mais importante será analisar de que modos – tanto na acção como no discurso, tanto no plano do real como no plano simbólico e das representações – eles desenvolveram, historicamente, estratégias de profissionalização e procuraram construir um grupo profissional com uma identidade própria, associada a uma exigência dupla de coesão interna e de reconhecimento externo. Disso procuraremos dar conta no próximo capítulo.

* * * * *

II – Jornalistas: a história de construção de uma profissão

“Como todos os grupos profissionais num dado momento da sua história, também o dos jornalistas se esforçou por construir para si uma respeitabilidade social: definir a sua actividade, impor regras de acesso à profissão, afastar os amadores, prever a instrução das gerações futuras. Mas o que caracteriza antes de mais este grupo profissional por relação com os outros é o aspecto tardio e claramente inacabado desta estruturação”.

Denis RUELLAN,
“Les frontières d’une vocation”, 1994

Como não será, porventura, de estranhar, os modos como o ofício de jornalista foi tentando, sobretudo desde finais do século XIX até à segunda metade do século XX, transformar-se numa profissão – e, muito especialmente, ver-se **reconhecido e legitimado** como tal – acabaram por ser influenciados pelas concepções dominantes nesta matéria. Concepções que, como atrás vimos, foram até aos anos 1960-70 fortemente dominadas pelo paradigma funcionalista e pela sua perspectiva de atribuir aos ofícios um conjunto de funções macro-sociais, classificando-os, em consequência, de acordo com uma escala de satisfação de um conjunto de atributos (ou ‘traços’) basicamente inspirados no modelo das profissões liberais.

Hoje em dia, contudo, as “insuficiências conceptuais do aparelho funcionalista aplicado ao estudo dos grupos profissionais são bem conhecidas” (Ruellan, 1997a: 138), pois esse aparelho apenas “constrói um ideal-tipo das profissões que participa no trabalho de legitimação de certos grupos, oferecendo-lhes a justificação através de um discurso científico” (*ibidem*). O certo é que, ao proceder assim, a lógica funcionalista “faz desaparecer a dimensão histórica dos grupos profissionais, o processo de formação das estruturas e das organizações das profissões, aquilo a que usualmente se chama profissionalização”; sugere que as profissões “caminham por si” e “ignora que elas podem ser construções, enunciativas e organizacionais, decorrentes de rivalidades colectivas que implicam também interesses individuais e, no fim de contas, visando o controlo da representação do mundo social ou de partes dele” (*ibidem*).

As características particulares deste *métier* cedo acabaram, assim, por se confrontar com as evidentes dificuldades e contradições decorrentes da tentativa de o colocar a par das profissões ‘estabelecidas’ e socialmente reconhecidas sem, contudo, deixar de lhe conferir um estatuto particular, especial, diferente. E isto sucedeu em dois planos simultâneos, como neste capítulo procuraremos demonstrar, ao percorrer sinteticamente a história de afirmação da profissão:

- por um lado, tentando convencer os poderes e a sociedade de que a actividade de jornalista supostamente (já) preenchia, apesar de algumas *nuances* particulares, os requisitos básicos de qualquer profissão ‘estabelecida’ (um saber e um saber-fazer autónomos, uma organização própria, um papel social relevante, uma vocação altruísta, uma moral profissional auto-regulada ou em vias de o ser);
- por outro lado, tentando justificar a pertinência (e a consequente manutenção) de uma situação de excepção quando, aparentemente, alguns desses requisitos só de um modo muito forçado (quando não artificial) se viam efectivamente preenchidos pelos profissionais deste ofício. Ou seja, um profissional do jornalismo poderia eventualmente não ser, do ponto de vista dos **critérios**, *um profissional igual aos outros* mas seria, do ponto de vista de **legitimidade**, *tão profissional como os outros*.

Pode perceber-se o motivo por que os jornalistas, enquanto grupo profissional à procura de um espaço autónomo e de um estatuto legítimo, se foram aferindo pelos padrões da lógica funcionalista dominante. Tratou-se, durante as várias décadas que durou o trabalho de construção e afirmação profissional, de conseguir uma espécie de **carta de alforria** para uma actividade socialmente desvalorizada, intelectualmente desprestigiada (quando não escarnecida), economicamente maltratada, com marcas de nascença pouco ou nada nobres – mas, apesar de tudo isso, progressivamente disputada por poderes políticos, económicos, culturais (Mathien, 1999). O modelo do profissional liberal era, em boa verdade, o único que poderia conferir ao ofício jornalístico uma respeitabilidade, uma legitimidade, um reconhecimento social, que cada vez mais pareciam imprescindíveis para a adequada valorização de uma actividade tida por essencial ao funcionamento dinâmico de uma sociedade livre e participada pelo maior número possível de cidadãos. E essa valorização, essa legitimidade, esse reconhecimento social, não poderiam atingir-se se não fosse possível definir (e estabelecer publicamente, formalmente) o espaço autónomo e diferenciado da actividade jornalística, as suas condições de funcionamento independente,

a sua especificidade em termos de estatuto jurídico-legal, a sua responsabilidade particular em termos éticos e deontológicos, a protecção socio-económico-laboral dos seus protagonistas centrais – os jornalistas.

Este processo desenvolveu-se de modo diferente conforme os países (e até os continentes), pois também diferentes eram os pontos de partida, mas sempre oscilando entre dois terrenos de combate: ora o da **sociedade** como um todo (a quem se procurava convencer da bondade do desiderato dos novos profissionais em busca de reconhecimento e de estatuto), ora o dos poderes políticos, designadamente o **Estado** (a quem se reivindicavam leis, normas, cláusulas mais ou menos derogatórias do direito comum, em nome de uma especificidade e de uma relevância social que importava preservar).

Olhar para este percurso histórico – onde “estavam” os jornalistas no princípio?, onde foram “estando” no correr do tempo?, onde “estão” hoje? – apenas com os pressupostos funcionalistas arriscar-se-ia a ser pouco esclarecedor sobre o efectivo desenvolvimento de uma **estratégia profissional**¹ sem dúvida levada a cabo pelos jornalistas. Leva-nos, quando muito, à constatação (apesar de tudo merecedora de análise mais aprofundada) de que esta profissão não preencherá de modo inquestionável alguns dos critérios habituais. Leva-nos, porventura, até à sua classificação como “semi-profissão” ou “profissão inacabada”, como em casos semelhantes tem sido proposto. Mas não dá respostas, ou sequer todos os instrumentos de análise, para as sinuosidades e motivações do percurso feito pelo grupo profissional dos jornalistas até obterem o estatuto de que hoje claramente desfrutam, seja em termos jurídico-legais, seja sobretudo em termos da poderosa presença que têm no espaço público – que em larga medida ajudam a conformar. Daí que pareça mais estimulante e mais operativo ir além dos rótulos ligados a um ideal-tipo de profissional e alargar a reflexão às outras perspectivas apresentadas no capítulo anterior, desde logo porque elas nos permitem, como já sugeria Hughes, “distinguir os *fundamentos* da organização profissional dos seus *modos de legitimação*” (Ruellan, 1997a: 139, realce nosso). É, afinal, aquilo para que Paredeise também chama a atenção com esta síntese:

Os traços das profissões que o modelo parsoniano tratava como consequências necessárias das funções macro-sociais reconhecidas aos profissionais são, agora, deduzidos dos desafios [*enjeux*], dos recursos e dos constrangimentos dos jogos de interacção nos quais se exprimem os membros de uma coligação profissional. Cada traço é susceptível de caracterizar uma profissão

¹ Usa-se esta expressão no sentido em que Dubar & Tripier (1998) a usam, na esteira do conceito de “*professional project*” enunciado e desenvolvido por Larson (1977), como se explicou no capítulo anterior.

simultaneamente como produto e como condição de trabalho de produção e de reprodução da profissão, ao mesmo título que outros recursos e constrangimentos de acção em torno de um ‘enjeu’ central: a monopolização de um segmento do mercado de trabalho, visando controlar a incerteza da relação salarial ou de mercado (Paredeise, 1988: 12)

É com este objectivo que o interaccionismo relaciona os grupos profissionais com a sua história, olhando a profissionalização como uma construção, como um “processo de maturação”, como um “percurso com vista ao reconhecimento, tanto por parte dos parceiros económicos como do Estado e da sociedade globalmente considerada, de uma competência específica”, no pressuposto de que a assunção deste estatuto justifica, depois, a tal “criação de um monopólio do mercado de trabalho” (Ruellan, 1997a: 14).

Seria, porventura, redutor associar a este percurso longo e complexo uma motivação apenas ‘egoísta’, uma lógica corporativa (sem dúvida também presente nesta história) voltada exclusivamente para o fechamento de um segmento do mercado de trabalho e o seu controlo em regime de tendencial monopólio. Desde logo, porque o processo de **ocupação** desse segmento foi, simultaneamente, o processo da sua **construção**: no princípio não havia um mercado de trabalho autónomo para os jornalistas porque, muito simplesmente, não havia uma actividade autónoma, a que se reconhecesse importância e se conferisse valor (valor social, económico, cultural), ligada à procura, recolha, tratamento, edição e difusão de notícias – de informação. A construção e consolidação deste campo específico de trabalho fez-se a par da construção e consolidação de uma figura nova de profissional que, em princípio, lhe daria expressão e sentido – funcionando também como seu garante face à sociedade e ao(s) poder(es).

Tal percurso conduziu o grupo profissional a uma situação de algum privilégio, mas implicou também a assunção de um conjunto de princípios e regras (tanto no plano da competência técnico-científica como no da exigência ético-deontológica) imprescindíveis ao trabalho de legitimação social da nova actividade que se pretendia valorizar. E valorizar também por bons motivos: com efeito, separá-la e autonomizá-la dos modelos de propaganda política, de criação literária ficcionada ou de publicidade comercial – característicos dos primeiros tempos da circulação de “gazetas” e jornais – significava afirmar a importância, para **cidadãos** já não encarados apenas como **eleitores** ou como **consumidores**, de uma circulação de informação seleccionada e trabalhada com base em critérios mais voltados para a prossecução de um interesse público do que para o serviço instrumental de interesses particulares. Este ‘separar de águas’, quer quanto às matérias publicadas nos jornais, quer quanto aos protagonistas que corporizavam estes novos modos de fazer, parecia justificar-se pela confusão até então reinante e pela necessidade de

assegurar um conjunto de condições, tanto objectivas (estatuto legal, condição económica, estabilidade laboral) como subjectivas e até simbólicas (estatuto social, auto-definição e equiparação profissional), que conferissem ao jornalismo e aos jornalistas o reconhecimento do seu ofício específico e da sua importância para a sociedade. Numa palavra, legitimação.

Especificamente quanto ao controlo monopolista de um mercado de trabalho fechado, sublinhe-se ainda que, no caso particular dos jornalistas, ele deve ser olhado com alguma ressalva. Tanto o acesso à profissão como o controlo do seu exercício não são feitos, apesar de tudo, num regime exclusivista como sucede noutras profissões estabelecidas (designadamente as liberais), que dispõem de recursos materiais, institucionais e jurídicos – outorgados pelo poder político – para gerir autonomamente o seu segmento de mercado de trabalho. A profissão de jornalista continua, na generalidade dos ordenamentos jurídicos, a manter um carácter “aberto”, sem prejuízo de essa abertura poder ser, muitas vezes, mais teórica do que real. Ainda assim, pode falar-se, no caso deste grupo profissional, de um certo fechamento do mercado de trabalho, mesmo que em termos mais “simbólicos” do que “materiais”, como o define Ruellan: “uma crença partilhada mais do que uma realidade concreta, o que não retira nada às intenções fundamentais de controlo [*maîtrise*] e de alocação reservada de um espaço de trabalho” (Ruellan, 1997: 21).

Que os jornalistas, com todas estas particularidades e ressalvas, fizeram este caminho da profissionalização, é evidente. Que alcançaram um estatuto muito próprio, não se duvida. Que são olhados, reconhecidos e tratados como “profissionais”, parece claro. Que agem, eles próprios, com um assumido poder em termos colectivos, também parece inquestionável. Ainda assim, persistem, aqui e além, dúvidas sobre os reais fundamentos dessas suas ‘conquistas’ ou até sobre a legitimidade de todas elas, do mesmo modo que continua a não ser fácil definir, desenhar, caracterizar consensualmente **uma identidade profissional**² dos jornalistas ou explicar as recorrentes ambiguidades no processo (“tardio” e “inacabado”, para voltar a Ruellan, 1994: 210) da sua construção e afirmação.

² No seguimento do que já sugerimos ao longo do primeiro capítulo, convirá esclarecer que utilizamos o conceito de “**identidade**”, seguindo as propostas de Dubar (1997; 2000), não numa acepção “essencialista” – que ligaria identidade a supostas “realidades essenciais”, simultaneamente “imutáveis e originais” (Dubar, 2000: 2) –, mas, pelo contrário, numa acepção “nominalista” ou “existencialista” – que a associa a “modos de identificação, historicamente variáveis” (*ibid.*: 3), inseridos num contexto e resultando da interacção com ele. Neste sentido, a

É a especificidade desta profissão que nos importa tentar perceber, tanto no olhar para trás, para o modo como foi tentando afirmar-se, como no olhar para a frente, para os desafios que este caminho inacabado hoje coloca. Sendo certo que, como sugere Denis Ruellan (1993, 1997a), a imprecisão dos contornos desta identidade profissional recorrentemente apodada de vaga e fluída (o “*professionalisme du flou*” que o autor francês pormenorizadamente dissecou) não é necessariamente uma insuficiência, uma disfunção ou um defeito, podendo até ser um trunfo, com as suas virtualidades.

1. O “princípio da diferenciação”

Partindo da constatação, enunciada por Pierre Bourdieu, de que o “mundo social” pode ser representado “sob a forma de um espaço (a várias dimensões) construído na base de princípios de diferenciação” (Bourdieu, 1984: 3), podemos verificar que a constituição do grupo profissional dos jornalistas está muito ligada, nos seus primórdios, precisamente a este esforço de **diferenciação**³ – ou seja, delimitação de um território próprio, distinto do de outras actividades que ‘faziam’ o jornal e tributário de uma lógica de funcionamento também particular. Isso começou por ser feito em boa parte ‘pela negativa’, chamando a

identidade “não é o que fica necessariamente ‘idêntico’, mas o resultado de uma ‘identificação’ contingente” (*ibidem*), decorrente de operações tanto de diferenciação (que procuram definir “aquilo que faz a singularidade de alguém”) como de generalização (que procuram “definir o ponto comum a uma classe de elementos todos diferentes”). Deste modo, “não há identidade sem alteridade”, e “as identidades, como as alteridades, variam historicamente e dependem do seu contexto de definição” (*ibidem*). A construção da identidade é, pois, resultado de uma dupla e permanente “transacção”, tanto interna (biográfica) como externa (relacional) – sendo esta segunda a que particularmente nos ocupa aqui, no contexto da construção social de uma identidade *profissional* entendida como identidade *colectiva*. No caso dos jornalistas, esta construção coincidiu de algum modo com o seu processo de profissionalização, embora acrescentando às componentes objectivas desse processo (o estatuto, a formação, as associações, os códigos de conduta) uma componente subjectiva (Blin, 1997), consistindo na *representação* que o grupo profissional foi fazendo *de si mesmo* e procurando ‘impor’ *para fora*, num contexto de tensões e negociações com os grupos “de fronteira” – e com o todo social, em tempos e espaços concretos e situados. O empenho na afirmação de uma dada identidade profissional, idealmente partilhada nos seus elementos nucleares pelo grupo, assumida como discurso com força simbólica e representada como tal para o exterior, surge, assim, como um passo essencial no seu objectivo de conquistar o almejado reconhecimento social e, com ele, a legitimação da profissão.

³ As “teorias da diferenciação” vêm já do funcionalismo e foram desenvolvidas, entre outros, por Durkheim e por Parsons. A organização de grupos profissionais autônomos enquanto “corpos sociais que se especializam em funções particulares” é vista como uma espécie de “diferenciação horizontal da sociedade” (Hallin & Mancini, 2004: 76). Isto não se aplica só aos grupos profissionais: de acordo com estas teorias, o próprio processo de mudança social das sociedades primitivas para as modernas é olhado como um processo “em que funções sociais inicialmente fundidas se vão separando: a política, por exemplo, diferencia-se da religião e da economia” (*ibid.*: 77). E a progressiva autonomização do sistema mediático face a outros sistemas seria, por exemplo, também sinal dessa evolução e de progresso. O conceito de diferenciação é, por outro lado, central nos estudos sobre a construção das identidades, tal como dissemos na nota anterior (cf. Dubar, 2000).

atenção menos para aquilo que o jornalismo **era** e mais para o que ele **não era**: nem uma tribuna de propaganda política e proselitismo partidário, nem o espaço mais alargado (em termos de difusão pública) para os escritores interessados em publicar as suas crónicas ou os fascículos dos seus romances, nem a tribuna pessoal de quem queria promover-se e à sua carreira, nem o registo burocrático de singelas informações sobre a cotação de produtos no mercado e do seu trânsito comercial. Tratava-se, aqui, essencialmente de definir uma “fronteira” – termo que Ruellan (1997) vai buscar à geografia humana e que considera bastante útil no contexto da sociologia dos grupos profissionais, ilustrando a ocupação, por um determinado grupo, de um terreno virgem que se vai “demarcando” de modo dinâmico até à linha separadora de outros terrenos / outras actividades vizinhas, mas também concorrentes:

Convergem para a *fronteira*, instalam-se aí, estruturam os seus espaços, todos os que estão preparados para os riscos da criação de novos territórios e de novas actividades. Enquanto os espaços não forem todos apropriados, enquanto sobraem espaços para quem chegue de novo, a *fronteira* não se fecha e a diferenciação social permanece fraca. Quando enfim a *fronteira* chega ao seu limite (...), as lógicas de diferenciação social – e singularmente de apropriação – lançam-se ao trabalho. Assiste-se então à concentração de recursos e de meios de trabalho, à exclusão, à marginalização ou à alienação de certos membros sociais (Ruellan, 1997: 15).

Este princípio de afirmação e protecção da “fronteira” não fica terminado quando ela obtém reconhecimento e estatuto, pois podem continuar a surgir ameaças exteriores, sejam as de grupos que se consideram também com direito de acesso ao mesmo território, sejam as de territórios vizinhos que entendem querer disputar o monopólio. E as tensões podem ocorrer no interior do próprio campo já definido e delimitado: quando surgiu a radiodifusão, os jornalistas desse novo suporte tiveram muitas dificuldades (e levaram muito tempo) para serem considerados profissionais com a mesma legitimidade dos seus pares da imprensa, único suporte mediático até então existente. E os repórteres fotográficos, apesar de contribuírem há muitas décadas com um trabalho específico e relevante para o trabalho informativo de um jornal (apenas utilizando a linguagem das imagens em vez da linguagem das palavras), só em finais do século XX conseguiram, em Portugal pelo menos, ver reconhecido o seu estatuto profissional de jornalistas de corpo inteiro. Mais recentemente, vê-se como os jornalistas cuja actividade se desenvolve em exclusivo nos terrenos novíssimos do *on-line* têm tido dificuldade em afirmar-se na sua especificidade, mas dentro da profissão (Fidalgo, 2004a; 2004b), pois são ainda encarados em muitas circunstâncias (e até pelos seus pares de outros suportes informativos) como ‘diferentes’, eventualmente mais como ‘técnicos’ do que ‘jornalistas’ segundo os modelos tradicionais, por supostamente lidarem mais com **comunicação** do que com **informação**.

Constata-se, assim, que, a par da diferenciação do território e da sua afirmação como campo autónomo e fim em si mesmo – tentando ultrapassar a convicção muito difundida de que o espaço do jornalismo nos seus primórdios era, sobretudo, uma oportunidade de acesso a outros espaços mais valorizados, de que é emblemática a frase célebre do francês Alphonse Karr: “*Le journalisme mène à tout, à condition d’en sortir*”⁴ – seguiu-se, naturalmente, a diferenciação dos actores merecedores, ou não, de ter acesso a ele. Também aqui, o processo desenvolveu-se sobremaneira ‘pela negativa’, excluindo mais do que incluindo e dando mostras de uma persistente dificuldade (que perdura até hoje, porventura com novos elementos de complexidade) em definir **o que é** um jornalista sem cair na tentação de o definir pelo que ele **não é**. Não falta quem assinale a estranheza deste facto, como é o caso de Ruellan (1994: 8): “Embora possa reivindicar-se de pertencer ao número dos velhos *métiers* do mundo, o certo é que o jornalismo continua ainda hoje por definir”.

Exemplar, a este propósito, é a definição ‘clássica’ de jornalista, adoptada pela célebre lei de 1935⁵ que, em França, conferiu um estatuto profissional – e a consequente atribuição de um título legal, uma “carteira de identidade profissional” – aos oficiais deste ofício: “*O jornalista profissional é aquele que tem por ocupação principal, regular e retribuída, o exercício da sua profissão numa ou em várias publicações quotidianas ou periódicas, ou numa ou em várias agências noticiosas, e que retira daí o essencial dos seus recursos*” (cit. em Ruellan, 1994: 214). A tautologia está à vista: jornalista é quem exerce jornalismo, sendo esta actividade também definida não pelo que comporta, pelo que significa, mas pela instituição onde se pratica, ou seja, um... jornal.

Nesta mesma lógica se inscrevia já, aliás, a (não) definição do jornalismo no *Dictionnaire français des professions*, com data de 1880:

É-se engenheiro mesmo quando não se tem uma colocação; é-se médico ou advogado, mesmo quando não se tem clientes. Mas só se é jornalista quando se escreve num jornal; passa-se a ser jornalista e deixa-se de o ser de um dia para o outro. Não há aprendizagem, não há certificado, não há diploma (...). O jornalismo não é uma profissão no sentido habitual do termo (cit. em Ruellan, 1994: 214).

⁴ Cit. em Palmer (1994: 157). Alphonse Karr viveu entre 1808 e 1890 e, segundo afirma Palmer, aquela sua ‘máxima’ seria decalcada de uma outra, atribuída a Villemain, e que dizia de modo mais genérico: “*Les lettres conduisent à tout, à condition de les abandonner*”.

⁵ Esta lei, adoptada em França, constitui um importante marco, tanto em termos reais como simbólicos, no processo de afirmação do jornalismo enquanto profissão, como mais adiante procuraremos evidenciar – até porque a sua influência extravasou bastante dos muros do território francês.

O ofício acaba por ser definido “não em função da natureza das ocupações que o jornalista pode ou deve ter”, mas “em função do quadro no qual ela se exerce e das condições em que ela é praticada” (G. Halperne, cit. em Ruellan, 1997: 133). Define-se mais a **categoria** – o título, a denominação como “jornalista profissional” – do que a **actividade** – a natureza do trabalho a realizar e os modos específicos da sua realização –, o que, podendo parecer quase um exercício de retórica estéril, nem por isso deixa de ser significativo, pois de algum modo permite mais **excluir** os ‘ilegítimos’ do que **incluir** os ‘candidatos’. Ao não definir requisitos específicos para o exercício da actividade, não define também as condições que é necessário preencher para ter direito a exercer essa actividade; assim, os mecanismos de acesso à profissão transferem-se do âmbito cultural, científico, profissional (formação, qualificação, competências...), para o âmbito meramente sócio-económico e laboral: pode intitular-se jornalista quem consegue obter um emprego numa empresa jornalística.

Esta não é uma questão de somenos, quer pelo que a atribuição de uma **categoria** (um **título**) acarreta em termos de valorização social, quer até pelas vantagens comparativas que ela significa no plano da retribuição do trabalho. Como sublinha Bourdieu (1984: 8), o título é capaz de “conferir direitos independentes da actividade produtiva efectivamente exercida”, e daí o empenho que os grupos profissionais colocam na “marca distintiva” da sua denominação, no âmbito do processo de diferenciação a que atrás aludimos:

A gestão dos nomes é um dos instrumentos da gestão da raridade material e os nomes dos grupos, muito em particular dos grupos profissionais, revelam o estado das lutas e das negociações a propósito das designações oficiais e das vantagens materiais e simbólicas que lhes estão associadas (Bourdieu, 1984: 8).

O título profissional acaba por ser, assim, uma espécie de “regra jurídica de percepção social”, um “capital simbólico institucionalizado, legal – e já não apenas legítimo”, para usar os termos de Bourdieu (*ibidem*). Mas a sua vantagem, é bom notar, não se fica apenas pelo domínio do simbólico:

É a raridade simbólica do título no espaço dos nomes de uma profissão que tende a reger a retribuição da profissão (e não a relação entre a oferta e a procura de uma certa forma de trabalho): decorre daqui que a retribuição do título tende a autonomizar-se relativamente à retribuição do trabalho. Assim, o mesmo trabalho pode receber remunerações diferentes conforme os títulos de quem o realiza (...); a retribuição do título pode manter-se apesar das transformações do trabalho e do seu valor relativo: não é o valor relativo do trabalho que determina o valor do nome, mas o valor institucionalizado do título que serve de instrumento que permite defender e manter o valor do trabalho (*ibidem*).

Também por isto se entende a importância que, desde os inícios da autonomização e organização da profissão, os jornalistas deram à sua denominação enquanto “profissionais” – mesmo não querendo, ou não podendo, definir com mediano rigor os contornos do seu ofício – e, sobretudo, o empenho que colocaram na institucionalização dessa denominação, traduzida na atribuição de uma carteira profissional, instrumento definitivo de distinção entre os trabalhadores ‘legítimos’ e ‘ilegítimos’. Sendo que (e voltamos à contradição atrás enunciada) a atribuição dessa carteira profissional também esteve desde sempre mais ligada a um estatuto sócio-económico de facto – a existência de um vínculo contratual com uma empresa jornalística – do que ao preenchimento prévio de determinados requisitos escolares, científicos ou técnicos.

A definição de uma **categoria** profissional nestes moldes, mesmo com insuficiente definição da respectiva **actividade**, acaba, assim, por ter vantagens que extravasam do próprio âmbito sócio-económico, podendo ser olhada como um instrumento central na tentativa de afirmação de uma certa identidade profissional (embora expressa recorrentemente mais pela “alteridade” do que pela “identidade”) e no processo de legitimação social do ofício:

A categoria constrói a representação, para si e para o outro, da actividade. Esta representação é ideológica, ela constitui modelos, relativamente independentes da realidade e necessariamente fundados nesta, que concorrem para construir a legitimidade social do jornalismo, para o inscrever num corpo de papéis mais ou menos efectivos (Ruellan, 1997a: 127).

Vemos, portanto, que a dificuldade (por vezes associada a algumas resistências internas) de definir com rigor e com conteúdo o jornalismo como profissão é ilustrativa de um percurso complexo, longo, ambíguo, contraditório – para o que contribui a circunstância de este grupo profissional ser também uma “colectividade de pessoas frequentemente muito individualistas de espírito” (Palmer, 1994: 104) –, mas nem por isso menos significativo ou menos efectivo. No limite, e à falta de “critérios objectivos universais” (Mathien, 1995: 16), acaba frequentemente por se cair em definições subjectivas, relativas, enredadas no raciocínio tautológico já referido, de que é exemplo a apontada por Francis Balle (*apud* Mathien, *ibid.*: 17): o jornalista é, simultaneamente, “aquele que se classifica como tal e a quem a sociedade reconhece o direito de se atribuir esse rótulo”.

Não obstante, o percurso histórico (sobretudo a partir da segunda metade do século XIX) mostra à evidência que este grupo e esta actividade quiseram afirmar-se autonomamente, legitimamente, reconhecidamente, e acabaram por conseguir passar “do

estado ao estatuto” (Ruellan, 1997: 12), num processo cujas etapas e elementos essenciais será útil revisitar. Até porque, como sublinha Christian Delporte,

muitas das questões sobre a crise identitária dos jornalistas nos anos 1990 encontram as suas origens, e talvez algumas das suas respostas, nos tempos, agora longínquos, em que a profissão se foi construindo (Delporte, 1999: 10).

2. Entre o “ser” e o “querer existir” como profissão

Seguindo a análise proposta por Ruellan (1997) – que estuda especificamente o caso de França, mas onde são visíveis os traços fundamentais da evolução verificada noutras latitudes – podemos estabelecer quatro momentos essenciais neste processo histórico de construção, afirmação e institucionalização do grupo profissional dos jornalistas, ou seja, da “transformação em grupo visível, auto-qualificado de profissional, de um agregado de indivíduos até então atomizados e com uma imagem social não preocupada com a unidade” (*ibid.*: 19):

- 1) Os **primórdios** da actividade, antes do aparecimento da imprensa industrial – que ocorre a partir de meados do século XIX;
- 2) Um período de forte expansão da actividade, por força da referida **industrialização**, e que assiste ao surgimento da imprensa popular;
- 3) As décadas que mediam **entre as duas guerras mundiais** (o período entre 1918 e 1935), quando se conquistou, nos aspectos essenciais, o estabelecimento de um quadro legal e institucional para a profissão;
- 4) O período **desde a 2ª Guerra Mundial aos nossos dias**, tempo de consolidação e sedimentação dos adquiridos anteriores.

Entretanto, parece-nos imprescindível acrescentar, hoje, um quinto momento à cronologia, naturalmente datada, de Denis Ruellan: o do **advento e expansão da Internet**, com a subsequente revolução provocada pelas tecnologias digitais a que assistimos já na passagem do século XX para o século XXI, e que trouxe ao jornalismo novos debates e desafios, além de ter recolocado em novos moldes alguns dos velhos problemas de indefinições ou contradições no seio do grupo profissional.

2.1. - Os primórdios do novo ofício

No primeiro momento, o jornalismo é um ofício mal definido e, mais que isso, marginal. “A nossa profissão tem simultaneamente uma origem canalha e um *pedigree* régio”, escreveu o jornalista e fundador do jornal espanhol “El País” Juan Luis Cebrián (Cebrián, 2004), evocando os primeiros tempos dos *avvisi* manuscritos, com informação comercial muito útil para os mercadores, e das *gazette* vendidas pelos gondoleiros venezianos do século XVII ao preço da mais pequena moeda de então (a “gazeta”), folhas volantes com histórias incríveis misturadas de verdadeiro e de falso, mas cujo potencial propagandístico os poderes políticos não tardaram a descobrir, passando até a outorgar só a alguns escolhidos o privilégio da sua publicação. São origens que levam Cebrián a comentar como “o jornalismo moderno nasceu ligado ao dinheiro, bem ou mal ganho, e ao poder, bem ou mal exercido” (*ibid.*) e Palmer a falar dos primeiros oficiantes deste ofício (espécie de “jornalistas *avant la lettre*”⁶) como “os filhos bastardos do comércio e da política, mediadores de mensagens com finalidades múltiplas, encarregados de difundir propaganda e divertimento” (Palmer, 1994: 120).

Embora pobre na sua técnica, artesanal na sua produção e difusão, tributária de poderes e negócios vários, esta actividade era já, de algum modo, também “a manifestação de uma necessidade e de uma vontade de comunicar e de saber” (Mathien, 1995: 27) que continuou a crescer e a desenvolver-se, cada vez mais fortemente, daí para diante – e a que a progressiva disseminação da impressão com caracteres móveis, inventada por Gutenberg na segunda metade do século XV mas durante mais de século e meio muito pouco divulgada⁷, deu o impulso fundamental.

⁶ O termo “jornalista” surge em França nos inícios do séc. XVIII, mais propriamente no *Journal de Trévoux* (1703), um semanário que se pretendia “mais explicativo que informativo”, por oposição à *gazette*, que designava “uma simples recolha de novidades” (Palmer, 1994: 122). Curiosamente, nas suas origens o termo “jornalista” tinha uma conotação positiva, opondo-se a termos como “gazetista”, “novelista” ou “publicista”, mas rapidamente esse enfoque favorável desapareceu, passando os “jornalistas” a ser tratados com desdém, sobretudo pelos literatos que marcaram presença na imprensa pré-industrial.

⁷ A invenção de Gutenberg data de cerca de 1450: há indicações de que o primeiro documento saído da sua ‘tipografia’ terá sido impresso entre 1440 e 1447, sendo o primeiro livro da história (a sua “*Bíblia de 42 linhas*”) datado de 1455-1456. Quanto ao primeiro jornal impresso, de acordo com as mais recentes investigações feitas pelo Museu Gutenberg, de Mainz (Alemanha), ele terá data de nascimento no ano de 1605. O seu autor seria Johann Carolus, que vivia e trabalhava em Estrasburgo, copiando à mão e vendendo cartas com notícias de várias partes. Em 1604 terá comprado uma prensa e a partir de 1605 passou a reproduzir por meios mecânicos a sua “*Die Relation*”, pois assim conseguia fazer mais cópias, e mais rapidamente. Nenhum desses primeiros exemplares chegou até nós (as suas mais antigas “*Relationen*” conservadas datam só de 1609); chegou, no entanto, a petição de Carolus às autoridades de Estrasburgo – no Outono de 1605 – para que protegessem os seus impressos do plágio que começava a ser praticado por outros recém-chegados ao negócio. Ou seja, já nesse ano ele imprimia obra periódica. Estas

2.1.1. - O “primeiro jornalista” em França

Típico deste enquadramento originário pode ser o primeiro periódico digno desse nome que foi criado em França, em 1631, por Théophraste Renaudot (frequentemente referido, aliás, como o primeiro verdadeiro jornalista⁸): o semanário *La Gazette*, inicialmente feito de apenas quatro páginas, e que depressa atingiu uma tiragem de 1.200 exemplares, notável para a época. Também ele nasceu da vontade de fazer circular informações com valor comercial (Renaudot começou por ter, em Paris, uma espécie de “agência de pequenos anúncios”, que depois transpôs para jornal – uma ideia precursora dos “classificados” da futura grande imprensa diária), também ele se escudou numa autorização de publicação que lhe foi outorgada pelo rei (e da qual, aliás, o verdadeiro poder de então, o de Richelieu e depois de Mazarin, tirou grande proveito para fins propagandísticos (Albert, 1970; Palmer, 1994)). São estes, no entanto, os primeiros passos de uma disciplina que há-de tomar forma própria sobretudo na segunda metade do século seguinte, e que o próprio Renaudot já procurava minimamente definir, por relação com outras disciplinas, como a história. É célebre a sua frase: “*L’histoire est le récit des choses advenues; la gazette seulement le bruit qui en court...*” (cit. em Albert, 1970: 12). De resto, ele próprio também já enunciava algumas conhecidas dificuldades e limitações – para além das que tinham a ver com uma dependência muito estreita do poder político da época – de um ofício definido nos termos em que ele o definia:

Se o receio de desagradar ao século em que se vive impediu os bons autores de tocarem na história da sua época, imagine-se qual não deve ser a dificuldade de escrever a história da semana, ou mesmo a do próprio dia em que ela é publicada (*ibidem*).

Parece evidente, apesar de todas as limitações, o carácter precursor desta verdadeira “instituição” que acabou por ser *La Gazette*, em França, um jornal que, com transformações diversas, viveu até 1915 (depois de se ter tornado diário em 1792). Ele, afinal, “introduziu na sociedade uma [nova] prática profissional” e mostrou a “complementaridade entre a informação e os anúncios”, além de ter “sublinhado o lugar e

descobertas recentes fizeram com que a Associação Mundial de Jornais (WAN) estabelecesse, assim, o ano de 1605 (e não já o de 1609) como o do nascimento do primeiro jornal impresso.

⁸ De Théophraste Renaudot diz Michael Palmer (num texto sobre os jornalistas sintomaticamente intitulado “*Os herdeiros de Théophraste*”) que “não só criou o primeiro periódico francês a conhecer um sucesso duradouro (porque apoiado pelo poder), como soube analisar os mecanismos da imprensa, da publicidade e da propaganda, identificando o caminho que faz os espaços de liberdade do jornalismo” (Palmer, 1994: 124).

a função das fontes e, sobretudo, apontado a importância das relações com os poderes” – ou seja, “o essencial da problemática jornalística”, como destaca Mathien (1995: 31-32).

Especificamente no que toca aos protagonistas directos deste labor, os jornais que vão surgindo ao longo do século XVIII⁹ permitem-nos ver que os seus artífices se entregam a um ofício ainda muito pouco estruturado, um ofício claramente desconsiderado em termos sociais, desvalorizado em termos culturais, heterogéneo e multiforme em termos grupais – sendo até pouco apropriado falar, por esta altura, sequer em “grupo”:

A coesão entre estes jornalistas é inexistente. A consciência de pertencer a uma categoria laboral específica e de realizar um verdadeiro ofício ainda não existe para a maior parte deles, embora os debates a propósito do papel do jornalismo na sociedade sejam vivos desde o Século das Luzes e a Revolução, período durante o qual ganham raízes muitas consciências colectivas, entre elas as jornalísticas. Este défice de sentimento comunitário explica-se pela fraqueza numérica e pela dispersão, aos quais se soma uma confusão persistente entre as actividades jornalísticas e as literárias (Ruellan, 1997: 16).

De facto, a presença fortíssima das actividades literária e política no processo de nascimento e afirmação do jornalismo europeu (e muito em especial o francês) enquanto actividade autónoma é um traço determinante deste período anterior aos meados do séc. XIX – um período em que, se assim se pode dizer, já há **jornais** mas ainda não há **jornalismo** nem **jornalistas**. Este é um período em que

para colaborar num jornal, uma pessoa não tinha necessidade de se dizer jornalista ou, se desejava afirmar este rótulo, não fazia dele o seu título principal. Era-se, em primeiro lugar, homem de letras, advogado ou professor. (...) Podia-se perfeitamente escrever artigos e publicá-los sem que isso significasse exercer o ofício de jornalista (Ferenczi, 1993: 21).

Significativo, neste contexto, é o facto nada surpreendente de a maior parte dos “jornalistas” ter uma origem social elevada: estudos citados por Delporte (1999) referem que, por volta de 1850/60, cerca de 44 por cento dos jornalistas franceses provinham da aristocracia e da alta burguesia. Escrever nos jornais é então considerada “mais uma actividade para amadores iluminados do que uma autêntica profissão” (*ibid.*: 83), algo que

⁹ Em Inglaterra, o primeiro jornal diário (*The Daily Courant*) surgiu em 1702, podendo assim considerar-se, como defende Albert (1970: 16) “o primeiro verdadeiro diário do mundo” – embora um outro diário de existência fugaz, o *Einkommende Zeitung*, tenha sido publicado em Leipzig (Alemanha) entre 1650 e 1652. Nos seus primórdios, a imprensa inglesa também foi muito subsidiária da política e da literatura (embora nela, e especificamente no *The Daily Courant*, tivessem surgido já os primeiros apelos a que se não confundissem os “factos” com as “opiniões” – cf. Guillaumet, 2004), tendo até sido responsável pela criação do romance-folhetim: Daniel Defoe publicou originalmente o seu “*Robinson Crusoe*”, em capítulos diários, nas páginas do jornal *The Daily Post*, em 1719 (Albert, 1970: 17). Quanto a França, viu nascer o primeiro quotidiano de sucesso (*Le Journal de Paris*) em 1777, enquanto os EUA ainda tiveram de aguardar quase uma década mais (até 1781), embora também aqui tenham sido marcantes algumas experiências jornalísticas de maior ou menor regularidade (as “folhas”), como por exemplo a *Pennsylvania Gazette*, lançada em 1728 por Benjamin Franklin. Algumas destas “folhas”, muito voltadas para as questões políticas, acabariam de resto por ter um papel importante no deflagrar da revolta, em 1776, que conduziria à independência dos EUA.

se modificará profundamente nas últimas décadas do século XIX, quando a classe média ‘chega’ ao jornalismo e o exerce como um trabalho e uma fonte de rendimentos, não como uma experiência diletante ou um ponto de passagem para outros campos e ambições.

Não é por acaso que, nesta fase do jornalismo pré-industrial, muitos nomes importantes da literatura são presença regular nos jornais, reagindo até violentamente quando alguns “novos ventos” começam a soprar do outro lado do Atlântico – o estilo próprio do “jornalismo de informação” à americana, que há-de marcar a construção do moderno jornalismo tal como o conhecemos hoje – e a retirar à actividade, supostamente, uma marca de nobreza, de elevação, de arte, que em França tanto se cultivava. É exemplo disso a crítica amarga do escritor francês (com uma presença assídua e importante nos jornais) Émile Zola, quando, já em 1888 (no prefácio a *La Morasse*), lamentava a proliferação, na imprensa, de um outro tipo de textos, ligados mais às pequenas novidades do que aos grandes debates intelectuais:

A vaga descontrolada da informação à *outrance* transformou o jornalismo, matou os grandes artigos de discussão, matou a crítica literária, deu cada vez mais lugar aos despachos, às notícias grandes e pequenas, aos processos verbais dos repórteres e dos entrevistadores (cit. em Ferenczi, 1996: 32).

Naturalmente, os intérpretes desta nova forma de buscar assuntos na actualidade quotidiana e de os apresentar nos jornais em prosa menos atenta aos modelos literários e mais interessada em captar as atenções e adesões dos leitores comuns recebiam, da parte dos escritores, mais desprezo do que admiração. Não foi, por exemplo, Jean-Jacques Rousseau que se recusou a publicar textos num jornal (apesar da interessante remuneração oferecida), afirmando que não queria “escrever *par métier*” pois só sabia “escrever *par passion*” (cit. em Palmer, 1994: 133)? Ou Diderot que, escrevendo na *Encyclopédie*, definia os jornais como “o pasto dos ignorantes, o recurso dos que querem falar e julgar sem ler, a peste e o desgosto dos que trabalham” (cit. em Albert, 1970: 14)? Ou Voltaire, que se referia ao que as gazetas publicavam como o “relato das bagatelas” (*ibidem*)? Ou Balzac, presença prolixa nas páginas de periódicos, que classificava o jornalista como “sub-género do homem de letras” (cit. em Delporte, 1995: 15) e que se referia ao jornalismo como “a grande praga do nosso século” (cit. em Ferenczi, 1993: 29)?

De par com a matriz **literária**, e de um modo particularmente intenso sobretudo na sequência da Revolução Francesa de 1789¹⁰, a utilização do jornal como espaço privilegiado de intervenção **política** era outra marca permanente, distintiva, e que a muitos agradava, fosse em termos de publicitação de ideias próprias, fosse enquanto via de acesso aos meandros do poder. Assim, quem escreve nos jornais não vive deles com carácter permanente nem desenvolve qualquer especialidade em termos de abordagem informativa da actualidade; encontra neles, sim, um “meio de sobrevivência”, sobretudo com a expectativa de “fazer carreira noutro lado: na política ou na literatura” (Ferenczi, 1993: 29). “O jornalismo é [nessa época] uma via de passagem, não um lugar de chegada” (*ibidem*).

Sintomática desta dupla pertença do ‘jornalismo’ francês nos seus primórdios é a avaliação feita por Balzac numa “*Monografia da Imprensa Parisiense*”, publicada em 1843, e onde define a imprensa como “a palavra adoptada para exprimir tudo o que se publica periodicamente em política e em literatura” e “onde se julga as obras daqueles que governam e daqueles que escrevem, duas maneiras de conduzir os homens” (cit. em Ferenczi, 1996: 28).

2.1.2. - Política e censura em Portugal

Também em Portugal esta filiação inicial da actividade jornalística nos campos da literatura e, muito em especial, da política, foi marcante. O processo de desenvolvimento da imprensa ocorreu mais tardiamente do que noutros países europeus, embora seguindo-lhes as mesmas etapas. O primeiro jornal digno desse nome – ou seja, uma publicação com as necessárias características de periodicidade e continuidade (Tengarrinha, 1989: 35) – data de 1641, curiosamente chama-se também *Gazeta*¹¹ (como a de Renaudot em França) e tem, tal como aquela, uma óbvia intencionalidade política, ligada ao movimento da Restauração e ao interesse régio em afirmar o orgulho nacional face a inimigos externos.

¹⁰ A Revolução, com a liberdade de expressão que trouxe, foi de tal modo importante para o desenvolvimento dos jornais em França (e muito em especial para o seu uso como instrumentos de propaganda e de debate político), que só na segunda metade de 1789 – ano da proclamação da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, cujo artigo XI defendia a “livre comunicação dos pensamentos e das opiniões” como “um dos direitos mais preciosos do homem” – foram criados, no país, 250 novos jornais (Palmer, 1884: 133; Delporte, 1995).

¹¹ Esta *Gazeta em Que Se Relatam as Novas Todas Que Houve nesta Corte e Que Vieram de Várias Partes no Mês de Novembro de 1641* é a primeira das chamadas “Gazetas da Restauração” – ligadas ao período em que Portugal recuperou a independência face a Castela, perdida em 1580 –, sendo escrita por Manuel de Galhegos e anunciando-se como mensal. Já antes, nos inícios do séc. XVII, tinham surgido no país algumas publicações impressas (as “relações”), mas de carácter esporádico e relativamente fugaz.

Algo que continuará a verificar-se nas décadas seguintes, seja por ocasião das invasões francesas (1807 a 1810), seja no período muito agitado da revolução liberal de 1820 e suas prolongadas sequelas. Esta marca de nascença é assinalada pelo principal estudioso do nascimento da imprensa portuguesa, José Manuel Tengarrinha, nos seguintes termos:

É nessa efervescência política, acompanhada de intensa agitação de ideias, que se inscreve o aparecimento entre nós do jornalismo. O mais importante significado que apresenta é, pois, o de tornar periódica uma informação que até aí fora irregular, ao sabor da gravidade dos acontecimentos ou da vontade dos impressores (Tengarrinha, 1989: 38).

Na segunda metade do século XVII, surgem também os “Mercúrios”, publicações de estilo “mais directo e conciso” (Tengarrinha, 1989: 41) e que, por isso, se aproximam mais do modelo que o jornalismo há-de vir a adoptar. A tal ponto assim é que há quem considere que o primeiro jornalista português digno desse nome foi António de Sousa Macedo, escritor e diplomata responsável pela redacção do *Mercúrio Português* (nascido em 1663). Ele próprio dizia querer para o seu jornal um estilo “simples e corrente”, “sem afectar locuções altas que desdissem a sinceridade de uma pura narração” (cit. em Tengarrinha, 1989: 41).

Fazendo um caminho lento – que passou pela criação de vários outros periódicos, uns dedicados à diversão mais ligeira, outros de carácter enciclopedista ligado aos novos interesses de uma burguesia em ascensão económica e social, outros até em áreas especializadas como a literatura, a ciência ou mesmo as questões femininas¹² –, a cena portuguesa precisou de esperar até 1809 para ver nascer o seu primeiro jornal diário: trata-se do *Diário Lisbonense*, publicado até 1813 ao preço de 20 réis, e todos os dias menos aos domingos e dias santos¹³. Nesse mesmo ano – e valerá a pena recordar que estamos já à distância de um século sobre o lançamento do primeiro jornal diário em todo o mundo, o inglês *Daily Courant*, de 1702 – são lançados mais três diários, entre os quais a *Gazeta de Lisboa*, título relevante à época e que aproveitou este momento para aumentar o seu ritmo de publicação, deixando de ser trisemanário. Estamos numa fase política agitada e

¹² Um quinzenário exclusivamente destinado ao público feminino, denominado *O Correio das Modas*, foi criado em 1807, em Lisboa. Teve uma existência fugaz (cinco números) e deveria ser de circulação muito restrita, atendendo ao elevado preço para a época (240 réis, quando os primeiros jornais diários custariam, dois anos depois, 20 réis), mas é uma inovação merecedora de registo, sobretudo tendo em conta a ulterior expansão da imprensa neste sector específico do mercado (Tengarrinha, 1989).

¹³ Já houve quem considerasse o *Diário do Porto* o primeiro jornal diário português, pois saiu para a rua a 5 de Abril de 1809, quando o *Diário Lisbonense* só nasceu a 1 de Maio. No entanto, Tengarrinha (1989) sustenta que esse periódico, além de ser a folha oficial do invasor francês (no primeiro número tece grandes louvores a Soult, que comandou a 2ª invasão francesa), não é de facto diário: a primeira edição anunciava que o título se publicaria apenas aos sábados, e mesmo assim durou só escassas semanas.

combativa da imprensa, que “contrasta com a longa apatia em que estivera mergulhada” (Tengarrinha, 1989: 60), e em que os jornais se dividem militantemente entre os que dão luta ao invasor napoleónico e os que, aliciados por este, lhe fazem os favores de propaganda.

É também uma altura em que se assiste ao desenvolvimento de alguma imprensa importante nos círculos de políticos e intelectuais portugueses emigrados (sobretudo em Paris e Londres) e que terão influência no disseminar das ideias que conduzirão à revolução liberal de 1820. Aproveitam, além do mais, a liberdade de expressão de que se disfruta nesses países de acolhimento, uma liberdade que tarda a chegar em Portugal e para a qual será preciso esperar até 1834. Por agora, o que se tem em Portugal é um regime de imprensa claramente tutelada pelo poder régio (que concede privilégios de publicação) e continuamente restringida por mecanismos de **censura** para os quais concorrem não só o poder temporal como, sobretudo, o espiritual – a igreja. Data logo de 1576 a primeira lei a prescrever que não se podiam imprimir livros “sem licença d’El-Rei e sem primeiro serem vistos e aprovados pela Mesa do Desembargo do Paço, pelo Santo Ofício e pelo Ordinário” (cit. em Tengarrinha, 1989: 100). As malhas ficam ainda mais apertadas com a criação da Real Mesa Censória, em 1768, e que junta numa só entidade as três anteriores: a de censura **papal** (Santo Ofício), a de censura **episcopal** (Ordinário da Diocese) e a de censura **real** (Desembargo do Paço). É uma novidade importante, com incidência na publicação de livros mas também na tutela dos periódicos:

Com a unificação do comando da censura, esta converteu-se num poder ao serviço do Estado, tendo os censores a denominação de *régios*. As questões do Estado passam a ocupar uma posição relevante nas preocupações da censura, e não, como até aí, quase exclusivamente as de natureza teológica (Tengarrinha, 1989: 102-3).

O regime de censura, tão proficuamente usado e abusado pelo poder político da época pombalina, volta a ser alterado em 1787 e em 1794, primeiro para uma mera mudança de nome (algo que parece recorrente neste domínio particular da história lusa, desde os primórdios até à época contemporânea dos anos 1970, quando o poder marcelista que sucedeu a Salazar também entendeu alterar a denominação da “Censura” para “Exame Prévio”¹⁴), depois para tornar ainda mais rígidos os mecanismos de autorização de publicações. Foi algo que marcou, e continuaria a marcar continuamente, o panorama

¹⁴ Franco (1993: 188) refere-se ironicamente a esta mudança artificial operada por Marcelo Caetano no que toca aos mecanismos de censura: “Os carimbos alteram-se, a instituição permanece; era verdadeiramente a ‘evolução na continuidade’”.

jornalístico português, e que ajuda a compreender algumas das suas limitações e atrasos, sobretudo neste período embrionário que vai de 1641 a 1820:

As limitações impostas aos jornais transformavam-nos em instrumentos dóceis dos poderes políticos e religiosos ou em meros meios de diversão, normalmente frívolos. Está longe, pois, o nosso jornalismo de ter deixado na sociedade seiscentista e setecentista portuguesa influência política e cultural da profundidade da que se assinalou, por exemplo, em Inglaterra, Holanda e França (Tengarrinha, 1989: 116).

Para esta “baça mediocridade” (Tengarrinha, 1989: 116) contribuiu também o razoável alheamento que os homens de letras e os intelectuais portugueses manifestaram face à imprensa, algo que se modificaria substancialmente quando, na sequência da revolução liberal – cujos protagonistas concediam enorme importância à livre circulação de ideias e opiniões e por isso, em termos formais pelo menos, cuidaram de abolir a censura logo que chegaram ao poder –, Portugal se viu, finalmente, dotado de uma lei que afirmava no país a liberdade de imprensa¹⁵, embora tal desiderato tenha sofrido muitos avanços e recuos no clima “de afrontamento político e de dilaceração social que marcou a primeira metade do século XIX” no país (Pinto, 2006, s/p). Não obstante, os jornais começaram a proliferar como nunca (e mais ainda na sequência da vitória do movimento da Regeneração, em 1851), algo que atiçava as iras das vozes mais conservadoras, partidárias do absolutismo, como foi o caso dos célebres opúsculos de José Agostinho de Macedo, a denegrir corrosivamente a “peste amarela dos negros periodiqueiros” ou a publicar “Exorcismos contra Periódicos e Outros Malefícios”, onde se lamentava de como “Portugal [estava] coberto, alastrado, entulhado de periódicos, como o Egipto e mais que o Egipto, de rãs, de gafanhotos, de moscas, de diabos...” (cit. em Valente, 1998: 92).

Nesta fase, que de algum modo prenunciava já o advento da fase industrial da imprensa, as novas condições de liberdade levaram também a um investimento maior na instrução pública (com naturais implicações no alargamento da capacidade de leitura) e na recuperação do atraso em que se mantinha a indústria tipográfica portuguesa. Em termos de conteúdo, os jornais eram tipicamente produtos de combate político mais do que de trabalho informativo – ou seja, jornalismo “de opinião” –, mas já cativavam importantes

¹⁵ Há uma lei a instituir a liberdade de imprensa logo em 1821, do mesmo modo que a Constituição aprovada pelas Cortes em 1822 proclamou, nos seus artigos 7º e 8º, a defesa da liberdade de pensamento e de expressão, em termos muito semelhantes, aliás, aos da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de França (1789). No entanto, esta legislação não terá sido adoptada de facto a não ser depois de uma lei específica aprovada em Dezembro de 1834. Como diz Tengarrinha (1989: 137), “no domínio do jornalismo, como de resto em quase todos os outros, o programa constitucionalista só depois da vitória de 1834 poderia ser executado”.

nomes das letras¹⁶, até porque, com as ideias liberais vitoriosas, a revolução política e a revolução literária tinham muitos pontos de ligação, sendo também a literatura, à época, “encarada como instrumento de transformação política e social” (Tengarrinha, 1989: 149).

Este enorme surto da imprensa portuguesa após 1834 – um surto “intimamente relacionado com a vitória do constitucionalismo e, portanto, com a construção de uma sociedade assente numa ordem burguesa” (Tengarrinha, 1989: 150) – acarreta mudanças também no que à actividade jornalística diz respeito. A pouco e pouco, ela autonomiza-se da lógica da publicação de livros, com que se iniciou, e da ligação aos donos das casas de impressão (que eram costumeiramente quem fazia todo o jornal). Começa a surgir a figura do “redactor” – separado do editor ou proprietário do periódico – e que, acima dos “noticiaristas” e “folhetinistas” também nascentes, é o grande nome que marca o jornal e que assume a responsabilidade pelo grosso dos seus textos (opinativos, naturalmente).

Este “redactor” não é, contudo, um profissional do *métier*, ou pelo menos um profissional em exclusividade de funções: muitas vezes é um escritor, noutras um protagonista importante da cena pública que ora escreve em jornais, ora ocupa cargos políticos de relevo. Exemplo típico disto é Rodrigues Sampaio, um dos nomes mais notáveis dos primórdios do jornalismo português (meados do século XIX), que Tengarrinha considera mesmo “o maior jornalista do nosso constitucionalismo” (1989: 192) e que, além de principal responsável do relevante jornal *A Revolução de Setembro*, fundado por José Estêvão em 1840, foi também deputado, ministro e até presidente do Conselho¹⁷. Sinal suplementar dos novos tempos, Rodrigues Sampaio podia não ter a arte superior de escrita de contemporâneos seus que também já frequentavam as páginas dos jornais (Herculano, Garrett, Castilho) mas, em contrapartida, começava a dar à estampa exemplos de um estilo mais ágil e directo, de construção mais fácil e acessível, que de algum modo lançava (tal como já há anos vinha sucedendo noutras latitudes, sobretudo as do mundo anglo-saxónico) os caboucos de um tipo de narrativa própria do jornalismo, autonomizada sem complexos das *belles lettres*, e que se desenvolveria na fase histórica seguinte – a par, aliás, do processo de efectiva profissionalização dos jornalistas.

¹⁶ Como sinal desta nova perspectiva dos intelectuais portugueses quanto aos jornais, veja-se o que escrevia Alexandre Herculano em 1838: “Se a arte de escrever foi o mais admirável invento do homem, o mais poderoso e fecundo foi certamente a Imprensa” (cit. em Tengarrinha, 1989: 148).

¹⁷ Embora tenha combatido “nas duas trincheiras, a do jornalismo e a do parlamento”, Rodrigues Sampaio “em mais de um momento, sublinhou a primazia da sua condição de jornalista”, como destaca Pinto (2006: s/p), que põe em relevo a crença empenhada daquela figura no “papel civilizador da Imprensa”.

2.2. - O jornalismo industrializado

Após a fase inicial – em que o jornalismo é ainda “um território aberto no essencial”, com um grupo de praticantes pouco numeroso e “extremamente heterogéneo”, pois “o *mercado de trabalho* verdadeiramente ainda não existe” (Ruellan, 1997a: 16, realces do autor) – passa-se, a partir de meados do século XIX e até à primeira década do século XX (*grosso modo* até à 1ª Guerra Mundial), a um segundo momento importante. É quando o jornalismo se constitui, no fundamental, como profissão – mesmo com características particulares e ambiguidades persistentes – e os jornalistas mostram claro empenho em se afirmarem, em vários aspectos essenciais, como um grupo profissional.

Para esta alteração qualitativa concorrem factores diversos, sejam de ordem **política** (a implantação das democracias e a concomitante assunção da liberdade de expressão – de algum modo ‘confundida’ com a liberdade de imprensa – como elemento fundamental do seu funcionamento), de ordem **económica** e **tecnológica** (o processo de industrialização, a melhoria das comunicações, dos transportes e dos circuitos de distribuição de bens), de ordem **social** (o desenvolvimento progressivo de núcleos urbanos, a expansão crescente de uma classe média), de ordem **laboral** (a cada vez maior capacidade reivindicativa dos trabalhadores e o progresso dos instrumentos de contratação colectiva) ou de ordem **cultural** (o alargamento da instrução a grupos sociais para além das élites tradicionais, o desenvolvimento de consumos culturais). É o período em que se assiste ao surgimento de uma verdadeira imprensa de massas, à criação de jornais populares de larga expansão e baixo custo (a chamada *presse à un sou* ou *penny press*, conforme nos refiramos a França ou aos países anglófonos – EUA e Inglaterra –, uma vez que este movimento ocorreu mais ou menos ao mesmo tempo em diferentes latitudes). O facto de, por esta época, “o jornal se [ter tornado] um produto de consumo corrente” (Albert, 1970: 55) é, a um tempo, causa e consequência do processo de profissionalização dos jornalistas: começa a haver um mercado de trabalho efectivo, com possibilidades de emprego regular a tempo inteiro, com um leque de funções mais especificamente ligadas à actividade de informar, de “reportar”, com uma crescente especialização de tarefas no seio de um processo industrial mais intenso, exigente e rotinizado. Como diz Balle (1987: 86):

O jornalismo moderno nasceu com os diários do século XIX. Enquanto os jornais ganhavam leitores às centenas de milhar ou aos milhões, os jornalistas eram estabelecidos num estatuto social inédito, a meio caminho entre a autoridade do saber e a arte da comunicação.

A emergência de um grupo alargado, e progressivamente homogéneo, de “oficiais do mesmo ofício”, que são empregados de uma empresa e vivem exclusivamente do salário que dela recebem, é uma realidade nova que contrasta com a existência, até então, de “amadores” ou “diletantes” que escreviam nos jornais (de circulação muito restrita, recorde-se) as suas crónicas literárias ou os seus manifestos políticos, mas cuja vida profissional, real e ambicionada, se desenvolvia noutras esferas. Não admira que, neste novo contexto, comece a despontar uma solidariedade profissional – mesmo frequentemente atravessada por contradições internas –, “uma consciência colectiva” de trabalhadores que partilham “o sentimento de ter um ‘*métier*’ específico” (Ruellan, 1997a: 17) e de pertencer a um grupo profissional para o qual há agora um trabalho **regular** (empresas industriais estáveis), um trabalho **em equipa** (começam a constituir-se autênticas redacções), um trabalho **com especializações** (repórteres, secretários, articulistas, paginadores, etc.). O corolário natural, como nos demais sectores de actividade produtiva, é o surgimento de associações de defesa dos interesses do grupo e de protecção ou ajuda mútua – outro dos elementos típicos da constituição e afirmação de profissões autónomas –, que hão-de conduzir também à constituição de sindicatos, cujo papel no desenvolvimento de uma verdadeira “estratégia profissional” será marcante¹⁸.

2.2.1. - França e a liberdade de imprensa

Não é só no plano interior do grupo profissional que as mutações ocorrem. A relação deste com a sociedade, dimensão imprescindível para o reconhecimento social da actividade jornalística e para a sua legitimação, formal e informal, ganha um impulso decisivo com a consagração legal da liberdade de imprensa (corolário lógico da valorização da liberdade de expressão inerente aos sistemas de democracia política), de que é exemplo emblemático a lei de Julho de 1881 em França¹⁹. Trata-se de uma lei que

¹⁸ Começam, nesta época, a despontar também as primeiras iniciativas de associação dos jornalistas a uma escala mais vasta que a dos próprios países: é em 1893 que tem lugar, em Londres, uma primeira reunião juntando profissionais ingleses, franceses e belgas, embrião do 1º Congresso Internacional de Jornalistas que terá lugar no ano seguinte (1894) em Antuérpia, já com representantes de 18 países. Reuniões semelhantes terão lugar mais 15 vezes, nos anos subsequentes (uma das quais em Lisboa, em 1898), até à morte da iniciativa com o desencadear da 1ª Guerra Mundial, em 1914 (Feyel, 1995).

¹⁹ Esta lei constituía, segundo Albert (1970: 68), “uma verdadeira codificação de tudo o que interessava à impressão, à imprensa, à distribuição e à publicitação. Apenas com o requisito de algumas formalidades administrativas (declaração, depósito), ela garantia a liberdade de publicação e difusão e, na prática, retirava às autoridades todo e qualquer meio de acção sobre os jornais”. A excepção eram, naturalmente, os tribunais – a quem se podia recorrer no quadro das novas regras definidas pelo novo diploma.

formalmente concede aos jornais liberdade de publicação e aos jornalistas liberdade de escrita – o que traz um reconhecimento implícito da importância que o poder político confere à actividade informativa para o exercício da cidadania –, a par da fixação de regras que inibam os seus abusos e, portanto, da definição das suas responsabilidades (Delporte, 1995). Trata-se de uma lei que “garante à imprensa francesa o regime mais liberal do mundo” (Albert, 1970: 67), até porque a sua aplicação posterior não terá sido tão rigorosa como se imaginava e terá contribuído mesmo para desenvolver algum sentimento de impunidade entre os jornais: os receios de interferir com uma liberdade considerada fundamental sobrepunham-se frequentemente à vontade de punir excessos e desmandos (*ibidem*). Não obstante, este marco contribui para chamar a atenção para a relevância social e política da actividade jornalística, com efeitos na consciência do próprio grupo profissional emergente:

Os jornalistas [sentem-se] cada vez mais investidos de uma “missão” social e política no espaço republicano: a de informar com vista à livre construção das opiniões dos cidadãos. Se a lei de 1881 fixa definitivamente o funcionamento dos *media* na esfera privada, ela confere-lhes igualmente, com base no seu espírito republicano, um papel considerável na esfera pública (Ruellan, 1997a: 18).

E este é, como atrás vimos, mais um dos elementos normalmente associados à construção de um ideal-tipo de profissão: a reivindicação de que se presta à sociedade, de modo altruísta e desinteressado, um serviço específico, relevante e mesmo imprescindível. Será, ao longo deste processo histórico de construção, um dos elementos mais recorrentes da argumentação dos jornalistas desejosos de se afirmarem como grupo profissional, até porque constitui igualmente um dos traços mais arreigados (apesar de objecto de polémicas insistentes) da “ideologia do profissionalismo”.

Para se compreender o enorme salto dado pela imprensa neste período, refira-se que em França, por exemplo, a tiragem global de jornais diários “multiplicou-se por trinta” (Albert, 1970: 37) entre 1800 e 1870; só em Paris, passou-se de 150 mil exemplares diários vendidos em 1852 para um milhão em 1870 (*ibid.*: 44), dos quais metade custava apenas 5 cêntimos – a tal “*presse à un sou*”, definitivamente acessível a sectores muito alargados de população, e já não apenas às elites tradicionais²⁰. A evolução foi fortíssima

²⁰ O primeiro jornal em França a sair ao preço popularíssimo de 5 cêntimos foi *Le Petit Journal*, lançado a 1 de Fevereiro de 1863, uma data considerada “essencial na história da imprensa europeia”, pois “pela primeira vez um diário ia atingir, através da venda avulsa de exemplares, as camadas populares”, sendo certo que era, na altura, “o mais barato de todos os jornais do mundo” (Albert, 1970: 46-47). Em 1870, apenas sete anos depois do seu lançamento, *Le Petit Journal* já tinha uma tiragem de 300 mil exemplares, para o que também contribuiu

nas décadas subsequentes (a chamada “idade de ouro” da imprensa francesa), registrando a região parisiense uma venda de 5,5 milhões de exemplares em 1914. E o grosso desta difusão cabia a apenas quatro jornais: o já referido *Le Petit Journal* (que em 1890 ultrapassava o milhão de exemplares diário), o *Le Petit Parisien*, seu concorrente directo, que em 1890 tirava 690 mil exemplares e em 1914 atingia 1,5 milhões, a ponto de ser então considerado “o mais forte dos jornais do mundo inteiro” (cf. Albert, 1970: 69), o *Le Matin*, lançado em 1883 (e inovador no contexto francês, pois foi o primeiro a adoptar o estilo de “jornalismo de notícias” à americana), que em 1914 imprimia 900 mil exemplares, e o *Le Journal*, mais sério e mais literário, que em 1914 também passava a fasquia do milhão de exemplares diários. São números de uma época de autêntica explosão, muito induzida pelo baixo custo, e que não voltariam a ser atingidos. Mas não só em Paris: na província, a imprensa francesa saltou de quatro diários em 1812 (e uma tiragem global de cerca de três mil exemplares) para 190 títulos em 1880 (e um milhão de exemplares) e 242 publicações em 1914 (somando quatro milhões de exemplares)²¹.

Foi semelhante – embora menos explosivo – o percurso da imprensa inglesa nesta época: a baixa dos preços para 1 *penny* em 1855 (por força da supressão das até então existentes “taxas sobre o saber”) permitiu aos jornais alargarem também tiragens e difusão, de modo que em 1910 a soma dos diários rondava os 6,5 milhões de exemplares (Albert, 1970: 62-63). Mas foram ainda mais longe na popularização, baixando para 1/2 *penny* o preço dos jornais no final do século XIX e permitindo, assim, a enorme expansão de títulos que perduraram até hoje: o *Evening News*, o *Daily Mail* (que em 1898 tirava 400 mil exemplares e em 1901 já um milhão²²), o *Daily Mirror* (que, criado em 1904, trouxe a novidade de dar um lugar de relevo às ilustrações, e em 1911 rondava também o milhão de

decisivamente a melhoria tecnológica, designadamente através da utilização da rotativa moderna, inventada por Marinoni, na década de 1860.

²¹ Refira-se que, para além dos jornais generalistas de grande expansão, este período assistiu também ao nascimento, em França, de outras modalidades de imprensa que só nos finais do século XX haveriam de ter uma expressão massificada, como é o caso de publicações especializadas: em 1891 foi lançado o jornal *Vélo* e em 1900 o jornal *L'Auto*, dois títulos diários especializados em matérias desportivas. E em 1907 surgiu *Comoedia*, um diário “consagrado unicamente à literatura e ao teatro” (Albert, 1970: 72).

²² O sucesso deste periódico, bem como do *The Evening News*, além de outros, está associado ao nome do primeiro grande “barão da imprensa” inglesa, Alfred Harmsworth (mais tarde Lord Northcliffe), a quem alguns chamaram “Napoleão da Imprensa” e que foi poderosíssimo neste movimento de popularização dos jornais na viragem do século. É este mesmo personagem que, em 1914, acaba por comprar o título mais emblemático de sempre da imprensa de Inglaterra, o *The Times* (fundado em 1788) e, baixando-lhe o preço de 3 para 1 *penny* (no que parece ser uma iniciativa premonitória da que o magnata Rupert Murdoch fará ao mesmo *Times* na última década do século XX) consegue “puxá-lo” para tiragens superiores a 100 mil exemplares, que nunca conseguira atingir no seu passado sempre mais elitista.

exemplares de tiragem). Simultaneamente, noutro segmento de mercado, afirmavam-se publicações inglesas que ainda hoje são “de referência” mas que vêm já desta época: entre as mais conhecidas, destaquem-se o *Financial Times* (nascido em 1888), o semanário *The Economist* (lançado em 1843) e o dominical *The Observer* (surgido em 1791²³).

2.2.2. - A imprensa popular pioneira nos EUA

Se isto ocorria assim no cenário europeu, nos **Estados Unidos** o processo seguia trâmites idênticos (iniciou-o até com um significativo avanço de quase três décadas), embora não devamos esquecer a sua dimensão particular à época: em 1790, o país “só tinha ainda quatro milhões de habitantes e as folhas das suas pequenas cidades tinham tiragens muito fracas” (Albert, 1970: 51). As coisas, porém, estavam a mudar rapidamente, com Nova Iorque a tornar-se um centro urbano de grande importância. Não é por acaso que vão nascer e desenvolver-se aqui os primeiros grandes jornais, num movimento precursor à escala mundial, e, tal como noutras paragens, também por força da **vulgarização do seu conteúdo** e da **baixa do seu preço**: o primeiro desta linhagem é o *New York Sun*, lançado em 1833, ao preço popularíssimo de dois cêntimos – o correspondente a um *penny*, de onde vinha a designação generalizada de *penny press*, e que afastava fortemente estes títulos dos outros jornais, normalmente vendidos a seis cêntimos – e em 1835 já tira 19 mil exemplares (Albert, 1970: 51). Logo de seguida nascem títulos que serão marcantes no período, como o *New York Herald* (1835), de James Gordon Bennet, e o ‘dissidente’ *New York Tribune* (1841), de Horace Greeley. E o título porventura mais emblemático da imprensa norte-americana (embora noutra franja de mercado) o *The New York Times*, nascerá pouco depois, em 1851. Por essa altura, há já cerca de 240 diários nos EUA, com uma tiragem global da ordem dos 750 mil exemplares.

Mas o próprio advento da *penny press* nos EUA surgiu já num momento histórico de progressiva expansão da imprensa: em 1830, quando decididamente se começou a caminhar para a massificação dos jornais, os americanos dispunham de 65 diários (com tiragens que em média rondariam os 1.200 exemplares) e de 650 semanários. Estavam a

²³ A criação de uma imprensa específica de domingo, uma fórmula original que se manteve até aos nossos dias como característica específica de Inglaterra (mas que extravasou para outros países, traduzindo-se na publicação de suplementos dominicais, por vezes sob a forma de revistas, a acompanhar os jornais diários), encontra as suas raízes também nesta época: para além de *The Observer*, regista-se o nascimento do *The Sunday Times*, do *News of the World* ou do *Lloyd's Weekly News* – que em 1860 trouxe a público o caso de “Jack, o Estripador” e com isso chegou a ter tiragens de dois milhões de exemplares (cf. Albert, 1970: 50).

criar-se as condições para a “revolução”, sobretudo pela confluência de dois factores: **democracia** política e economia de **mercado** (Schudson, 1978). A mudança de padrão então verificada nos EUA ocorre, como defende Michael Schudson (1978), a três níveis:

- a nível **económico** – os novos jornais vendem-se deliberadamente a um preço muito baixo, para poderem aumentar a circulação, e passam a vender-se também na rua, com recurso a ardinhas (ao contrário do sistema tradicional da assinatura), como um produto de consumo comum. A rentabilização do negócio nestes moldes implica, em contrapartida, o recurso cada vez maior à publicidade (que ajuda, por sua vez, a dinamizar o mercado global de compra e venda de produtos e serviços)²⁴;
- a nível **político** – há uma grande independência face aos partidos políticos e suas facções, ao contrário do que era uso anteriormente (e consensualmente aceite). Agora, o mundo político-partidário, de certo modo, torna-se “apenas uma parte do universo mais vasto das notícias” (Schudson, 1978: 22);
- a nível de **conteúdos** editoriais – é a ascensão da **notícia** ao lugar mais permanente e mais nobre do jornalismo, a ponto de se poder afirmar que a *penny press* “inventou o conceito moderno de notícia” (Schudson, 1978: 22). Agora o protagonismo já não vai para as opiniões e os editoriais, mas para os factos e os relatos de repórteres em cima do acontecimento. Pela primeira vez, a imprensa passa a reflectir “não só a vida comercial / mercantil ou a vida política, mas a vida social”, e não apenas das elites, mas de uma sociedade “cada vez mais variada, urbana e de classe média” (*ibidem*).

O novo modelo obriga, como vimos, ao aparecimento e desenvolvimento de novos perfis profissionais, com destaque para os repórteres – e repórteres pagos, que fazem da escrita nos jornais uma tarefa remunerada, ao contrário do que muito sucedia antes com essa actividade algo diletante ou, então, inscrita nas obrigações regulares de combate político e de militância partidária. Os novos jornais, mais do que prestar um serviço aos políticos e aos comerciantes, “vendem um produto a um leque alargado de leitores e

²⁴ Um aspecto interessante, e inovador face àquilo a que as pessoas estavam habituadas, é que esta publicidade que surge crescentemente nos jornais é considerada estritamente um negócio, uma troca económica, sem qualquer juízo moral prévio (Schudson, 1978: 19). O produto anunciado, ou os termos em que é feito, não tem necessariamente a concordância dos responsáveis do jornal; essa é uma matéria que eles entendem não lhes dizer respeito e, portanto, não controlam.

vendem esse leque alargado de leitores a anunciantes” (Schudson, 1978: 25), para mais num ambiente de concorrência crescente, o que faz com que a competição por um melhor e mais actual produto – ou seja, notícias – cresça a olhos vistos. Era ver como, sempre que chegava um barco da Europa ao porto de Nova Iorque, os repórteres dos vários jornais populares disputavam o aluguer dos botes mais rápidos para irem logo ao seu encontro e serem os primeiros a recolher as novidades mais frescas chegadas do exterior...

Esta mudança de perspectiva da imprensa é uma mudança mais funda do que à primeira vista se imaginaria, pois rompe com a convenção generalizada de que os jornais não falavam da vida das pessoas comuns nem dos aspectos mais correntes do quotidiano²⁵. Com a *penny press*, a vida real das pessoas, nos locais que habitam, passa a ser acompanhada regularmente porque lhe é conferido valor noticioso:

A *penny press* descobriu notícia nos acontecimentos mais ordinários, nos quais anteriormente ninguém via qualquer coisa merecedora de valor (Schudson, 1978: 27).

E por isso é que se pensa que este novo modelo constitui, a um tempo, causa e consequência de importantes mudanças – nos planos político, económico, tecnológico, cultural – ligadas, afinal, à “emergência da ordem social moderna” ou, para utilizar a expressão preferida por Schudson (1978: 30), da “sociedade democrática de mercado” [*democratic market society*]. Uma sociedade para a qual os *penny papers* concorreram – designadamente ajudando a construir uma cultura de novo tipo, “uma cultura que não tinha lugar para a deferência social ou intelectual” (Schudson, 1978: 60) – e de que, simultaneamente, colheram os benefícios, sobretudo pela enorme expansão de um mercado de bens e serviços cada vez mais acessíveis a mais pessoas, fosse por razões de preço, de logística ou de gosto.

Para a explosão da imprensa concorreram melhorias tecnológicas (indústria de impressão mais moderna, melhores transportes e comunicações, combóio, telégrafo) e culturais (aumento da escolaridade e da literacia, necessidade e gosto pela leitura – mas leitura de assuntos mais próximos das classes que só agora a ela chegavam). Mas estes aspectos parcelares, no caso dos EUA, ganham outra consistência quando articulados com

²⁵ Esta tradição de uma imprensa absorvida apenas pelos “grandes assuntos” e pelos debates doutrinários não era apanágio exclusivo dos EUA. A título de exemplo, refira-se o modo como o jornal *Gazeta de Lisboa* noticiou o trágico terramoto de 1755 que destruiu boa parte da capital portuguesa: “Lisboa, 6 de Novembro de 1755. O dia 1º do corrente ficará memorável a todos os séculos pelos terramotos e incêndios que arruinaram uma grande parte desta cidade; mas tem havido a felicidade de se acharem na ruína os cofres da fazenda real e da maior parte dos particulares” (cit. em Tengarrinha, 1989: 117). E, sobre o assunto, nem mais uma linha. De facto, a vocação noticiosa não era a preocupação primeira da imprensa nesses tempos.

o quadro político e social que se desenvolvia nos anos 1830, a chamada “**idade do igualitarismo**”, que afirmava “a fé no homem comum”, a “crença na equidade política”, a defesa da “igualdade de oportunidades para todos”, independentemente das marcas de nascença ou educação, o “repúdio dos monopólios, dos privilégios especiais, das manobras das finanças capitalistas” (Schudson, 1978: 43-44). Era um panorama bem diferente do da Europa, em termos de democracia não só na política como nos hábitos de vida, como bem deixou explicado Alexis de Tocqueville quando foi conhecer a sociedade americana. Ali, o desenvolvimento e a afirmação de uma classe média pujante, muito associada a estas características, têm claramente uma relação com o novo jornalismo emergente:

As qualidades que os contemporâneos [dos anos 1830] admiravam ou detestavam nestes jornais – independência relativa dos partidos, baixo preço, circulação alargada, ênfase nas notícias, ligação à actualidade, sensação – têm a ver com a ascensão de uma classe média urbana (Schudson, 1978: 49-50).

Pode ver-se, assim, que é com estes *penny papers* que de algum modo se configura o jornalismo moderno, como as décadas seguintes mostrarão. Porque, tal como noutras latitudes, esta fase de crescente industrialização da imprensa, criando embora as bases para a profissionalização dos seus principais protagonistas – os jornalistas –, não a consuma ainda; isso só ocorrerá quando se tornar clara e identificável a “emergência e diferenciação dos ideais profissionais do jornalismo” (Schudson, 1978: 60).

Entretanto, a Guerra da Secessão americana, entre 1863 e 1865, acabará por provocar mais um grande salto na expansão dos jornais, para o que contribuem não só a natural curiosidade pelo que se passa nas frentes de batalha, mas também a generalização de meios de transmissão (telégrafo eléctrico) que permitem o conhecimento das novidades quase em cima da hora. No pós-guerra civil, a imprensa americana ganha um impulso fortíssimo: em 1910 contará já com mais de dois mil jornais diários (dos quais 22 só em Nova Iorque) e uma tiragem global de 24 milhões de exemplares (Albert, 1970: 60).

2.2.3. - A nova imprensa em Portugal

Mais próximo dos (e certamente mais inspirado pelos) movimentos do jornalismo e da imprensa em França do que nos EUA, Portugal começou a trilhar os caminhos da imprensa como indústria também na década de 1860, com a sua versão própria da *penny press* (iniciada com o já longínquo americano *New York Sun* em 1833), ou da *presse à un sou* (depois assumida pelo francês *La Presse* em 1863), corporizada no lançamento do *Diário de Notícias* em Lisboa, a 1 de Janeiro de 1865, pela mão de Eduardo Coelho, ao

preço de 10 réis – isto numa altura em que os jornais custavam, em regra, não menos de 40 réis. Tal como com os seus congéneres de outras paragens, não era só o preço que marcava o carácter inovador e diferente do novo periódico²⁶; era, por assim dizer, também o seu projecto empresarial e editorial, que passava pela vontade de fazer um jornal popular, escrito num estilo fácil, essencialmente noticioso e sem os propósitos político-partidários que costumavam caracterizar a generalidade dos títulos à época. Um jornal susceptível de “interessar a todas as classes, ser acessível a todas as bolsas e compreensível a todas as inteligências”, para recordar a frase lapidar com que o *Diário de Notícias* se anunciou e definiu, numa espécie de “número zero” publicado em Dezembro de 1864, e onde o director Eduardo Coelho especificava o propósito da publicação:

Eliminando o artigo de fundo, não discute política, nem sustenta polémica. Regista com a possível verdade todos os acontecimentos, deixando ao leitor, quaisquer que sejam os seus princípios e opiniões, o comentá-los a seu sabor (cit. em Tengarrinha, 1989: 215).

Também entre nós estas iniciativas se inscrevem num contexto de importantes mudanças nos planos social, económico, tecnológico e cultural, que favorecem a emergência de um novo tipo de imprensa e, simultaneamente, são por ela alimentados e estimulados: é a melhoria das redes de comunicações e de transportes, que permitem mais rápidas deslocações de pessoas e de mercadorias – inicia-se nos anos 1840 a construção de uma rede de estradas no país, o caminho de ferro avança em 1853 (Valente, 1998) –, o telégrafo eléctrico, essencial à transmissão de informações em tempo real, desenvolve-se rapidamente e terá uma rede pública em 1857, os esforços de alargamento da instrução pública vão melhorando uma situação dramática no país, em que a taxa de analfabetismo da população com mais de 12 anos rondaria, à época da revolução liberal, os 80 por cento (Tengarrinha, 1989), e com isso vai-se alargando – quantitativa e qualitativamente – o público consumidor de jornais. E, dirigido a públicos mais vastos e heterogéneos, o “novo” jornal adequa também o seu perfil, apostando decididamente no noticioso em vez do opinativo, buscando um registo mais objectivo e distanciado para poder satisfazer auditórios variados, e não descurando também componentes de formação e entretenimento (temas de ciência, folhetins romanceados, *fait-divers*, etc.) que correspondiam aos novos

²⁶ Já outros jornais tinham surgido em Portugal, em décadas anteriores, a preço módico – os tais 10 réis ou até, num caso pontual em 1843, os 5 réis. O mais conhecido foi o *Periódico dos Pobres*, que viveu entre 1826 e 1846, e que teve seguidores muito próximos como o *Periódico para os Pobres* (também a 10 réis, em 1827) ou o *Periódico dos Pobres no Porto* (de 1834, a 20 réis). Mas não eram, apesar do preço e de tiragens razoáveis, exemplos do “jornalismo de informação” que haveria de desenvolver-se só a partir de 1865 e do *Diário de Notícias* (Tengarrinha, 1989).

gostos e sensibilidades de uma pequena e média burguesia ascendente, responsável em boa parte por esta expansão da imprensa.

O tratamento do jornal (também) como mercadoria, destinada a ser vendida em larga escala, assenta, em Portugal como nos outros países, na trilogia **preço – notícia – anúncio**. O *Diário de Notícias* só podia ser vendido a 10 réis se encontrasse uma fonte suplementar de receitas para além da venda de exemplares: a publicidade. Esta, por sua vez, seria tanto mais cativada (e vendida a preços mais altos) quanto maiores fossem as tiragens, garantindo uma mais ampla divulgação das mensagens publicitárias. E, de facto, o jornal de Eduardo Coelho fez uma ascensão meteórica neste domínio: tinha apenas quatro anúncios no “número zero” que publicou em Dezembro de 1864 mas no final de 1865 já publicara 14.402 anúncios, ou seja, uma média de 48 anúncios por dia; e vinte anos depois, em 1885, conseguia qualquer coisa como 180 mil anúncios num ano, isto para uma tiragem já de 26 mil exemplares diários (nos primeiros meses de vida aproximara-se só dos 10 mil) (Tengarrinha, 1989: 225). Como pano de fundo a garantir logística e empresarialmente esta nova dimensão, modernizava-se a indústria tipográfica portuguesa, com prelos mecânicos e máquinas de impressão a vapor a serem mais usadas no país. O *Diário de Notícias* passa a ser impresso, em 1890, numa rotativa Marinoni de grande tiragem²⁷ e acaba com a composição manual em 1904, ano em que passa a usar, pela primeira vez entre nós, uma *linotype* (Tengarrinha, 1989).

O exemplo deste modelo inovador de jornal diário teve rápidos seguidores, que praticamente o copiaram, como sucedeu ainda nesse ano de 1865 com o lançamento do *Jornal de Notícias*, no Porto, ou o *As Notícias*, em Lisboa – e cujos títulos, hoje banais aos nossos ouvidos acostumados, eram à época todo um programa de acção, como de resto a denominação do seu inspirador. Como sublinha Tengarrinha (1989: 231), apenas dez anos passados, em 1875, contavam-se no reino nada menos do que 33 periódicos ao preço popular de 10 réis, feitos à imagem do *Diário de Notícias*.

O processo de progressiva industrialização da imprensa teve, naturalmente, o seu impacto na modificação da situação do jornalista:

²⁷ Não foi o *Diário de Notícias* o pioneiro em Portugal da utilização desta importante máquina de impressão criada por Marinoni. Ainda antes de o jornal ter nascido, em 1863, já o nortenho *O Comércio do Porto* usava uma, que sucedeu à impressora a vapor (ela própria uma novidade em Portugal) que usava desde 1860. Este jornal nascera em 1854 mas não era, nem no conteúdo nem no preço, um exemplo da *penny press*: custava 40 réis e só em 1887 decidiu baixar o preço para 30 réis, decerto por causa da concorrência dos novos títulos mais baratos, de que o *Diário de Notícias* foi o pioneiro.

Já não exercendo simultaneamente as funções de proprietário e redactor, nem se identificando necessariamente com o que escreve, assiste-se à alienação do jornalista em face do jornal como um dos fenómenos mais significativos da imprensa moderna. (...) [Antes] ele era, em geral, o proprietário dos meios de produção e, como dono da empresa, *defendia os seus próprios interesses*. Agora, porém, é apenas o *operário* de uma *mercadoria* que é necessário vender o mais possível e com a qual não está ligado nem pelas ideias nem pelos interesses, pois não participa nos lucros e recebe um salário fixo que lhe permite viver exclusivamente dessa actividade (Tengarrinha, 1989: 229, realces do autor).

E as mudanças no plano objectivo tinham a sua tradução também subjectivamente, acentuando os factores de ambiguidade relativamente a uma identidade cujos contornos se percebia progressivamente oscilarem entre um pólo intelectual, criativo e autónomo, e outro pólo técnico, subordinado, proletário:

Mão e cabeça alugadas ao serviço de outro, mas querendo manter intactas a *sua* própria mão e a *sua* própria cabeça, nasce daqui uma instabilidade intelectual, moral e até social, um desdobramento, uma duplicidade no interior do jornalista que não raro acaba por gerar um certo revestimento *cínico*. Tendo de apresentar, com o maior poder de convicção possível, ideias que não são as suas, precisa de iludir esta contradição com uma mistificação e automistificação que o justifiquem perante a sociedade e perante si próprio. É esta, sem dúvida, uma das mais dramáticas situações provocadas pelas relações de produção das sociedades capitalistas modernas (Tengarrinha, 1989: 230, realces do autor).

É esta a sina que há-de acompanhar o grupo profissional emergente ao longo das décadas seguintes, em que vai empenhar-se na sua própria construção. E um dos factores que ajudará a forjar uma consciência colectiva até então sem grande sentido ou condições passa pelo **associativismo**, seja com fins de protecção e ajuda mútua, seja com propósitos de criação de um “espírito de corpo” com capacidade reivindicativa e possibilidade de afirmação social. Não espanta, assim, que seja por esta altura (na esteira do movimento de transformação da imprensa numa indústria de projecção alargada) que nascem em Portugal as primeiras associações de jornalistas – e que, sintomaticamente, congregam no seu seio tanto os **jornalistas** como os **escritores**, que uma certa tradição de algum modo ainda continuava (e continuaria...) a olhar bastante como ‘pares’ ou oficiais de um (quase) mesmo ofício²⁸. São os casos da pioneira “Associação de Jornalistas e Escritores Portugueses”, surgida em 1880, ou da “Associação dos Jornalistas e Homens de Letras do Porto”, lançada em 1882 (e que perdura até hoje). Outras se seguiriam, quer dentro de portas, quer no contexto das reuniões internacionais que começavam a organizar-se

²⁸ “O jornalismo é uma das mais belas e atraentes faces da literatura”, haveria de escrever, em 1937, José Sarmento. Também Augusto de Castro, em 1952, sentenciaria: “O jornalismo é a literatura do acontecimento” (cit. em Sobreira, 2003: 122-123). Apenas dois exemplos de tantos que se repetiriam, na esteira da fortíssima tradição francesa que marcara (também) a gestação do jornalismo moderno.

regularmente (a partir de 1894), como atrás referimos, e nas quais Portugal teve uma presença constante.

Claro que as condições políticas do país, mais uma vez, não davam grande margem de aprofundamento autónomo a este sector cada vez mais importante na esfera pública, e a legislação repressiva voltou a sentir-se com força, sobretudo em 1890²⁹, e depois em 1896, e mais ainda à medida que a monarquia pressentia estar a chegar ao fim a sua época. A República instaurada em 1910 trouxe um tempo de descompressão e acalmia, recuperando as boas tradições de liberdade do constitucionalismo vintista, mas a ditadura havia de chegar logo em 1926 e a institucionalização do Estado Novo salazarista (com o modelo corporativo, sindicatos tutelados, censura prévia à imprensa, etc...), em 1933, condicionaria decisivamente a vida política, social e cultural – e, em consequência, o processo de autonomização e profissionalização dos jornalistas – por mais quatro décadas, até à recuperação da liberdade e da democracia em 25 de Abril de 1974.

2.2.4. - Espanha no mesmo passo

Tem muitos pontos de contacto com Portugal – até na sua aproximação ao ‘modelo’ francês, depressa temperada com a influência inglesa advinda da comunidade de “emigrantes políticos” que a falta de liberdade empurrava para o estrangeiro – a história do desenvolvimento dos jornais e do jornalismo em Espanha, seja no tempo dos primórdios, seja na fase seguinte da sua industrialização.

As novas técnicas de impressão inventadas por Gutenberg chegaram a Espanha logo entre 1470 e 1473, um par de anos antes de Portugal (1487). “*Avisos*” e “*relações*” foram surgindo ao longo dos séculos XVI e XVII e, na mesma altura (1641) em que em Lisboa se publicava a pioneira *Gazeta*, também em Barcelona se davam à estampa “as primeiras relações de tipo gazeta”, que “continham diversas notícias e não a simples narração de um só facto”, pelo que se podem considerar os “precedentes imediatos da periodicidade” (Guillamet, 2004: 66). Eram, contudo, traduções para catalão de

²⁹ A lei de 1890, considerada um “ponto culminante” de uma nova escalada na acção repressiva do poder sobre a imprensa, é de tal modo importante – no dizer de Tengarrinha (1989: 250), ela “exprime eloquentemente o estado de desagregação a que chegara o regime” – e gerou reacções tais, que alguns autores situam nessa data o início da fase industrial da imprensa. Tengarrinha, contudo, prefere situá-la no tempo da criação do jornal de novo tipo que foi o *Diário de Notícias*, em 1865, o que parece mais consonante com idênticos movimentos que se registaram, embora em tempos diversos, noutros países.

publicações francesas, numa altura em que a Catalunha estava submetida ao reino de Paris. Em 1661, sim, surgiu na capital espanhola uma já original e semanal “*Gaceta de Madrid*”.

Foi também com quase 50 anos de avanço sobre o primeiro diário português (o *Diário Lisbonense*, de 1809) que Espanha assistiu, em 1758, ao nascimento do seu primeiro “*Diario noticioso, curioso-erudito, comercial, público e económico*”, pela mão de Francisco Nipho – um aragonês que haveria de criar numerosos periódicos, sobretudo literários. O seu carácter pioneiro merece ser realçado, de resto:

“Este primeiro diário espanhol, de 1 de Fevereiro de 1758, saiu com mais de um século de atraso face aos primeiros diários holandeses e alemães, e com mais de cinquenta anos de atraso face aos ingleses, mas com um avanço de 20 anos relativamente ao primeiro diário francês” (Guillamet, 2004: 69).

Também as vicissitudes políticas de um sistema sempre muito dependente da intervenção forte e constante do Estado fizeram com que a liberdade de imprensa tenha chegado com atraso a Espanha e a convivência com ela fosse alternando com períodos de privação, quer por razões internas (os avanços e recuos das ideias liberais, no primeiro quartel do século XIX), quer por razões externas (a Guerra Peninsular contra as tropas de Napoleão, entre 1808 e 1814). Um marco mais estável neste domínio acabou por ser conseguido com uma importante Lei de Imprensa só em 1837, já no contexto mais claro de um estado de matriz liberal que se sucedia a tempos quase ininterruptamente marcados pela prevalência das doutrinas absolutistas – e que se prolongaria pelo século XIX, de resto. Uma nova lei para o sector, surgida em 1883 e considerada “a menos intervencionista e mais duradoura do liberalismo espanhol” (Barrera, 2004a: 119), daria um novo passo nesse sentido.

Como entre nós, também por esse tempo a imprensa e a política andavam muito de mãos dadas e a profissão jornalística, “ainda pouco definida, confundia-se, de facto, muitas vezes com a política”, de modo que os jornais “dependiam em grande medida dos políticos que os sustentavam como plataformas pessoais ou órgãos de expressão próprios” (*ibid.*: 119-120). É com esta situação que virá romper uma imprensa de novo tipo, de carácter sobretudo noticioso, e que dará passo à sua expansão e industrialização – propiciada pelas cada vez mais ágeis técnicas de produção, comunicação e transmissão. Diários de cariz marcadamente informativo, como o *El Español* (1835), *Las Novedades* (1850), *La Correspondencia de España* (1858) ou o *El Imparcial* (1867) surgem em meados do século XIX, a par de alguns periódicos regionais ou locais mais afastados dos grandes centros, e alguns dos quais perduram até hoje, como é o caso do galego *Faro de Vigo*,

criado em 1853. São eles que contribuem para “diferenciar” o trabalho jornalístico, em moldes profissionais, das actividades mais tipicamente políticas ou literárias que antes marcavam os periódicos – e dos quais os novos leitores, com seus novos gostos e exigências, progressivamente se distanciavam (*ibid.*: 125). Primado das notícias, preço baixo, textos de carácter mais popular, estratégias comerciais de promoção, venda nas ruas através de ardinas: eis os novos ingredientes que faziam o novo tempo da nova imprensa espanhola. E, quanto à profissão, surgiam também algumas marcas da sua vontade de se afirmar em termos colectivos, como sucedeu com a criação de uma primeira associação de jornalistas, a “Asociación de Prensa de Madrid”, já em 1895.

Um momento importante ocorreu em 1898, por altura da perda das últimas colónias ultramarinas espanholas (Cuba e Filipinas), com a credibilidade da imprensa a ser questionada pelo modo como, aparentemente, “minimizou o poderio bélico dos Estados Unidos” e “levou a cabo uma irresponsável e demagógica campanha informativa e editorial” (Barrera, 2004a: 133). No seguimento, a censura à imprensa reapareceu e, por outro lado, foi ganhando corpo um movimento “regeneracionista”, também conhecido por “geração de 98” (*ibidem*), marcante na vida política, cultural e jornalística, que haveria de tentar, nos inícios do século XX, recuperar as feridas desse tempo conturbado. Novos diários ficam associados a esta nova geração: o *ABC* (1905), o *El Debate* (1911) e *El Sol* (1917), três modelos com características comuns, como “o seu afã inovador, a imitação ou adaptação de fórmulas jornalísticas estrangeiras” e “o seu empenho em dignificar e elevar a consideração social e profissional dos jornalistas” (Barreira, 2004b: 286). Foi o *El Debate* que introduziu em Espanha, de modo sistemático, as técnicas de redacção em voga nos Estados Unidos (os cinco “*wh*’s”, a “pirâmide invertida”) e que, inclusivamente, lançou uma primeira Escola de Jornalismo, que haveria de funcionar entre 1926 e o início da guerra civil, em 1936 (*ibid.*: 287).

O século XX espanhol depressa acabou marcado, entretanto, por novos cenários de repressão política, começando com a ditadura de Primo de Rivera, entre 1923 e 1930, e continuando com o regime franquista que sucedeu à sangrenta guerra civil de 1936-1939, o qual só terminaria com a morte de Franco e com a transição pacífica para a democracia em 1975. E, como sempre sucede nestas circunstâncias, logo nos inícios da ditadura, em 1938, o regime fez sair uma lei de imprensa à sua medida, que instituía a censura prévia e concedia ao Estado um poder de regulação e controlo que haveria de marcar negativamente (apesar de alguns sinais de abertura na década de 1960 – como, aliás,

também em Portugal) o panorama do jornalismo e da profissionalização dos jornalistas nas décadas posteriores.

2.2.5. - O jornalismo de agência

Sinal relevante dos novos tempos em que começaram a desenvolver-se decisivamente a indústria e o comércio dos jornais – eles próprios de novo tipo – é o aparecimento das **agências noticiosas**. Tirando partido sobretudo da criação e expansão do telégrafo eléctrico, elas desempenharão um papel fundamental no acompanhamento noticioso da actualidade, à escala mundial, e servindo a imprensa em moldes que um jornal, sozinho, nunca conseguiria.

A pioneira foi a francesa *Havas*, que começou por ser um escritório de traduções de jornais estrangeiros para os quotidianos franceses, em 1832, mas que em 1835 se transformou em agência noticiosa. Um dos primeiros sucessos da *Havas* tinha a ver com a rapidez de transmissão de informações financeiras da Bolsa de Londres, que nos inícios só podia fazer com recurso a pombos-correios (Albert, 1970: 36). Assegurou uma grande reputação sobretudo com cobertura de guerras (em especial a Guerra da Crimeia, em 1854/55 – cenário, aliás, onde surgiram pela primeira vez em plano de evidência os chamados “repórteres”, tal como sucederia alguns anos mais tarde na Guerra da Secessão americana, em 1861/65). Por iniciativa de antigos trabalhadores da agência *Havas*, são criadas entretanto a *Wolff*, em 1849, em Berlim (depois chamada *Continental Telegraphen*), e a *Reuter*, em 1851, em Londres. As três decidem, em 1859, fazer uma espécie de partilha do mundo para a sua cobertura noticiosa global, alargando o acordo, em 1872, a uma quarta agência, a *Associated Press*, criada em 1849, em Nova Iorque, por iniciativa conjunta de seis jornais americanos. Mais tarde, já em 1907, surgirá ainda a agência *United Press*.

Para além da garantia de fluxos noticiosos diários e actualizados, a partir das mais diversas latitudes, as agências noticiosas tiveram uma importância nada dispicienda na evolução do jornalismo enquanto profissão – que, recordamos, está nesta fase histórica a cavar, a estruturar e a alicerçar os seus fundamentos. Como diz Mathien (1995: 45-46), “os colaboradores directos das agências serão os primeiros empregados a ‘viver’ do, e a fazer carreira no, jornalismo”, sendo também “os primeiros jornalistas a trabalhar atrás de uma secretária – o *desk*” (*ibid.*: 44):

Os seus [da agência noticiosa] ‘jornalistas’ serão os primeiros na arte da informação rápida, da reescrita (o *rewriting* americano), da redução, da compilação, da síntese. Eles concretizarão a máxima de Havas: ‘Sempre mais depressa, em todo o sítio os primeiros’ (Mathien, 1995: 45).

“Rapidez de transmissão” e “sobriedade de redacção” (Palmer, 1994: 175) são duas características centrais do trabalho das agências noticiosas que contribuem para formatar um estilo informativo mais conforme aos novos tempos da imprensa – a “arte da notícia condensada” torna-se, como diz Palmer (*ibid.*: 176) uma “arte industrial”. E não só a notícia condensada: também a notícia distanciada, factual, objectiva, uma vez que a característica fundamental das agências consistia em fornecer serviços a uma grande variedade de jornais e, portanto, convinha que os seus textos (destinados a publicação tal e qual ou a alguma reelaboração em função dos estilos específicos de cada título) fossem o mais ‘neutros’ possível, situando-se numa espécie de ‘médio denominador comum’ que a todos satisfizessem. Era este um corte claro com a tradição anterior do jornalismo “de opinião” e onde autores como Michael Schudson consideram plausível situar, ao menos em parte, as origens do – depois tão falado, tão estudado e tão controvertido – ideal da **objectividade**, que haveria de instituir-se, em termos técnicos e ideológicos, como uma das traves-mestras do modelo de jornalismo moderno:

Uma vez que a [agência noticiosa americana] *Associated Press* juntava notícias destinadas a publicação numa variedade de jornais com filiações políticas muito diferentes, só conseguiria ter sucesso se reportasse os assuntos de um modo suficientemente ‘objectivo’, para poder ser aceitável junto de todos os seus membros e clientes. (...) Por isso há quem argumente que a prática da *Associated Press* se tornou no ideal do jornalismo em geral (Schudson, 1978: 4).

Esta novidade acaba, naturalmente, por criar também as suas resistências, sobretudo pelo facto de tender a tornar os jornais cada vez mais iguais. É uma questão cujo debate, sintomaticamente, se prolonga até aos nossos dias e que já nos idos de 1840 Balzac, escrevendo na *Revue Parisienne*, enunciava de modo eloquente:

O público pode acreditar que há diversos jornais. Mas, definitivamente, não há mais do que um único jornal... (...) Cada um trata apenas de tingir de branco, de verde, de vermelho ou de azul a notícia que lhe envia o Sr. Havas, o ‘*Maître-Jacques*’ da imprensa. Neste capítulo, não há mais do que um jornal, feito por aquele senhor, de cuja fonte bebem todos os jornais (Balzac, cit. em Palmer, 1994: 175-176).

Mesmo com estas polémicas, o certo é que as agências – associadas às novas necessidades dos jornais e beneficiando da rapidez e fiabilidade do telégrafo – foram marcando progressivamente um estilo noticioso e contribuindo para implantar algumas rotinas informativas sobre a actualidade: a progressiva quantidade e pluralidade de jornais-clientes obrigava-as a alimentá-los diariamente com notícias, o que implicou passar a fazer “voltas” diárias junto das mais diversas instituições para recolher informações e, assim,

criar um circuito de “fontes oficiais” que passaram a ter (também até aos nossos dias, pode bem dizer-se) uma presença muito regular na imprensa diária.

2.2.6. - Os “pais” da imprensa moderna

Estamos, assim, num tempo que assiste à “primeira grande mutação económica da imprensa”, e “que a levará a já não se dirigir apenas às elites intelectuais ou económicas, mas a tornar-se popular, em especial graças à alfabetização e à instrução pública” (Mathien, 1995:42). É um tempo em que a imprensa assumirá uma feição “mais moderna”, com “três objectivos que se tornarão permanentes: informar, educar e distrair” (*ibidem*).

E é precisamente “pai da *imprensa moderna*” que alguns estudiosos (cf. Palmer, 1994: 148, realce do autor) chamam ao francês **Émile de Girardin**, uma figura emblemática deste período e que, simbolicamente, pode tomar-se por exemplo destes novos tempos que se adivinhavam (e se construíam) para o jornalismo, sobretudo em França, cuja tradição própria começava a incorporar também as opiniões e os modos de fazer do universo anglo-americano, e em especial dos EUA. Com o seu nome associado a uma larga série de jornais ao longo da segunda metade do século XIX (entre eles o já referido *Le Petit Journal*), Girardin compreendeu as implicações, para o bem e para o mal, de um processo de mudança que retirava os jornais do universo restrito dos literatos e dos políticos – não obstante ele próprio sempre tenha sabido ‘jogar’ muito bem com as influências políticas para o desenvolvimento e notoriedade do seu trabalho jornalístico, a ponto de ter sido deputado e senador durante vários anos (Ferenczi, 1993: 26) – e os expandia por camadas cada vez mais vastas da população, trocando assim um processo de fabrico razoavelmente artesanal por um esquema verdadeiramente industrial. Uma difusão em larga escala, uma verdadeira imprensa “de massas”, implicava alterações ao nível dos conteúdos – a primazia à informação do quotidiano e da actualidade, mais do que às polémicas doutrinárias, sintetizada na frase de Girardin “*publicité des faits et non polémique des idées*” (cit. em Palmer, 1994: 163) –, dos preços de venda – a *presse à un sou* – e, por consequência, da estrutura de receitas do periódico – onde a publicidade acaba por ganhar uma importância que não mais perderá, a ponto de Girardin dizer já em 1845: “*C’est aux annonces de payer le journal*” (*ibidem*).³⁰

³⁰ A importância da publicidade como instrumento decisivo para a expansão dos jornais a baixo preço e para a sua consequente rentabilização desenvolve-se rapidamente por todo o lado, nesta segunda metade do séc. XIX. Veja-se o exemplo dos EUA (onde as primeiras agências de publicidade, aliás, surgiram já em 1840): no ano de 1847, foram

A esta valorização do jornal enquanto produto (também) comercial acrescentava-se o seu tratamento como mercadoria industrial, com uma organização de produção segundo o modelo de “fábrica” e uma grande atenção aos aspectos logísticos (sobretudo a distribuição, favorecida pelas novas vias de comunicação) que eram condição essencial para o sucesso do produto no mercado. Com o que isso requeria, naturalmente, de satisfação de um novo tipo de cliente que se procurava conquistar e fidelizar. A fórmula redactorial que Girardin ensaiava nos diversos jornais que lançou (um *mix* heterogêneo de mais ou menos *fait-divers*, mais ou menos informações práticas, mais ou menos romances e folhetins) era, ela própria, relativamente flexível – assim como o tipo de publicidade angariada –, construindo “mosaicos” diferentes para atingir “públicos-alvo” também diferentes, no que mostra ser uma visão “bem moderna” da imprensa, e “necessária para uma certa profissionalização das práticas de escrita” (Palmer, 1994: 159).

Naturalmente que este processo não se fez sem custo e sem resistências, sobretudo numa França tão ancestralmente apegada a um jornalismo de tradição literária, de opinião e de combate político, que olhava com suspeição e receio os novos ventos que sopravam de Inglaterra e dos EUA, onde a atenção crescente à recolha e divulgação de **informação**³¹ fazia supor, para alguns, um irremediável empobrecimento da imprensa, uma ‘perversão’ da sua missão mais nobre e uma progressiva submissão a critérios mercantis – fossem os do gosto popular, fossem os decorrentes da necessidade de angariar mais anúncios.

Duas concepções e duas tradições enfrentavam-se neste momento importante para o desenho dos rumos que o jornalismo moderno havia de tomar. Metaforicamente, não faltou quem visse a vitória dos tempos novos sobre os antigos num episódio dramático ocorrido em 1836: um duelo no qual Émile de Girardin, que acabava de lançar o jornal *La Presse* e que queria lavar a sua honra por uma qualquer ofensa ligada ao *métier*, matou

ali colocados cerca de 11 milhões de anúncios, repartidos por uns dois a três mil jornais; no ano de 1897, o número de anúncios ascendia já a 350 milhões e o número de jornais que os publicavam rondava os 16 mil (Hoyer & Lauk, s/d: 12).

³¹ Bem típica desta preocupação informativa, mais do que opinativa, é a cobertura das sessões parlamentares que os jornalistas ingleses começaram a fazer já nos finais do século XVIII – uma ‘intrusão’ no seio dos poderes tradicionais que deu nascimento à célebre qualificação do jornalismo como “quarto poder”, lançada em 1774 pelo inglês Edmund Burke (cf. Palmer, 1994: 152). O relato das jornadas parlamentares foi, aliás, também seguido por jornais franceses que se rendiam às novas fórmulas informativas além-Mancha e que, num ou noutro caso, levavam a tarefa ao pormenor de recorrer a uma estenógrafa para transmitir tal e qual, sem falhas, os discursos e debates dos deputados.

Armand Carrel, principal responsável de um outro jornal, o republicano *Le National*³². O próprio duelo em si, bem como a vitória de Girardin sobre Carrel, foram apresentados como “o símbolo da vitória” de uma imprensa tratada “pelo ângulo do comércio, debitando informações e romances-folhetins para divertir e agradar” sobre outra imprensa, a “do nobre combate de ideias, conduzido essencialmente pela opinião” (Palmer, 1994: 158).

Entretanto, esta evolução – que implicava um investimento crescente das empresas na colecta e tratamento de informação –, acabou por ser importante na própria definição de um novo perfil de jornalista e na subsequente valorização social da sua actividade. A necessidade de cobrir informativamente a actualidade, fazendo-o em todas as secções do jornal e já não apenas com carácter episódico, implicou que as próprias práticas profissionais se fossem “regulando e (...) adquirindo uma outra legitimidade” (Palmer, 1994: 153). O jornalista já vai sendo menos aquele que utiliza o jornalismo instrumentalmente, para chegar a outro lugar ou posição, e mais o que desenvolve uma actividade própria, autonomizada e valorizada – profissionalizada, portanto. Ora,

Girardin é olhado, na mitologia dos jornalistas, como aquele que modificou essa imagem: do jornalista homem de letras, com um não-sei-quê de diletante, passou-se ao jornalista proteiforme e prometeuco [*prométhéen*] com uma percepção aguda da actualidade, um faro por fórmulas redactoriais que funcionam, mas também um sentido dos negócios, uma inteligência do conjunto de factores que subjazem ao sucesso de uma empresa de imprensa, desde a fabricação técnica às modalidades de distribuição (Palmer, 1994: 157-158).

Se Girardin é encarado como o “pai” da imprensa moderna em França, semelhante epíteto pode ser aplicado, no caso dos EUA, a **James Gordon Bennett**, o fundador, em 1835, do *New York Herald*, o jornal mais lido e mais influente nesta fase de advento da imprensa industrial, até ao período da guerra civil americana (1863-1865). “Não há dúvida de que Bennett foi a figura mais original do jornalismo americano, pelo menos até Joseph Pulitzer”, sustenta Michael Schudson (1978: 50), que cita passagens eloquentes do elogio fúnebre que lhe foi feito pelo director de um outro jornal dos EUA:

³² O recurso aos duelos para a resolução das ofensas a (ou de) jornalistas foi uma prática bastante generalizada em França até aos alvares do século XX. Ela dá bem a medida desta postura aristocrática (real ou fabricada) dos indivíduos que escreviam nos jornais no tempo da imprensa literária e doutrinária, e que faziam questão de se guiar por rígidos códigos de honra. Muitas sedes de jornais tinham, nos séculos XVIII e XIX, “salas de armas” contíguas ao espaço da redacção, que os mais destacados ‘redactores’ frequentavam nos intervalos da escrita para se aperfeiçoarem nas artes da esgrima e se prepararem para os eventuais duelos (Delporte, 1999). Também em Portugal existiu esta prática ao longo de boa parte do séc. XIX, como refere Tengarrinha (1989: 156), a ponto de algumas das primeiras associações de jornalistas terem, entre outros, o objectivo de criar uma espécie de “tribunal de honra”, um quadro no seio do qual os sócios pudessem dirimir as suas querelas sem recurso às armas. E nos EUA há igualmente notícia de, pela década de 1830, directores de jornais recorrerem ao duelo ou à mais prosaica pancadaria para dirimirem questões a propósito dos seus escritos (cf. Schudson, 1978: 16).

O carácter do homem [J. Gordon Bennett] reflectiu-se no seu trabalho. Sob a sua direcção, o *Herald* foi o primeiro dos jornais americanos ou até, a bem dizer, o primeiro jornal no mundo, a apreender a verdade de que a colecta de notícias a qualquer preço era o primeiro dever do jornalismo. (...) O *Herald*, embora fosse frouxo nas questões políticas e sem grande valor nos juízos editoriais, tornou-se por isso o símbolo do negócio dos jornais em todo o mundo (cit. em Schudson, 1978: 51).

Este negócio baseado nas notícias – primeiro dever do jornalismo e cada vez mais a base efectiva dos proveitos da empresa jornalística, pelo complemento de publicidade que o novo modelo implicava e, ao mesmo tempo, acarretava – desenvolveu-se no contexto da *penny press* e da chamada “revolução comercial” (Schudson, 1978: 17) da imprensa americana, embora o título fundado por Bennett não fosse o exemplo mais acabado do género (nem sequer o pioneiro, título devido ao *New York Sun*, de dois anos antes). Aliás, ele até acabou por aumentar o preço do seu jornal, numa ‘discriminação positiva’ de preço que o diferenciava um pouco da *penny press* mas ainda deixava o *Herald* confortavelmente mais barato do que os chamados “*Wall Street papers*”, muito associados ao poder da alta finança e do *establishment*. Mas o conteúdo tipicamente noticioso do seu jornal e o espírito com que incarnava os novos ventos que sopravam nesta “sociedade democrática de mercado” faz dele o caso de maior sucesso à época. Mais sério e responsável que os jornais populares emergentes (que aqui e além começavam a ser acusados de algum sensacionalismo), mas também mais vivo e dinâmico que os jornais tradicionais de Wall Street, o *Herald* procurava, na formulação do seu director, “interessar o comerciante e o homem de saber, assim como o mecânico e o homem de trabalho” (cit. em Schudson, 1978: 52). E em termos empresariais continuava a inovar, como foi o caso de, poucos anos depois do lançamento do jornal, ter decidido a publicação de uma espécie de versão vespertina: o *Evening Chronicle*, que procurava complementar o matutino e, com isso, fazer tendencialmente “o pleno” dos diferentes tipos de (antigos e novos) leitores. Sinal de que Bennett estava a ter sucesso na sua estratégia – designadamente conquistando a importantíssima audiência da classe média – foi o facto de a “grande” imprensa tradicional o ter eleito como principal adversário, mais até do que a genuína *penny press* que continuava a expandir-se.

A propósito de figuras marcantes na história e nos alicerces do moderno jornalismo, não podemos esquecer que, já mais para os finais do século XIX, se impõem na cena americana, e por diversos motivos – como adiante veremos –, dois outros nomes essenciais. Um é **Joseph Pulitzer**, que, no seu *Saint-Louis Post Dispatch* a partir de 1878 e, sobretudo depois (1883), no *New York World*, vai apostar num jornalismo sensacionalista, de campanhas, de “sangue na primeira página”, além das reportagens e

dos *fait-divers* de “interesse humano” (Albert, 1970: 61), mas que tem igualmente um papel pioneiro, por exemplo, nas iniciativas ligadas à formação e ao ensino do jornalismo. Outro é o seu arqui-rival **William Randolph Hearst**, responsável pelo *New York Journal*, de estilo igualmente popular, truculento e empenhado (até politicamente, como sucedeu quando acabou por, de algum modo, provocar a guerra dos EUA com Espanha em 1898, em torno de Cuba). Estes dois barões – que, registe-se de passagem, foram a inspiração do cineasta Orson Welles para o seu célebre filme *Citizen Kane* [“O mundo a seus pés”, na versão portuguesa] – continuaram a política de baixíssimos preços na imprensa de grande circulação, popularizando ainda mais os seus jornais, que, para além do estilo directo e fácil da escrita, começaram a dar atenção progressiva aos aspectos visuais, quer pela ilustração, quer pela publicação regular de tiras de banda desenhada, que perduram até hoje na imprensa³³. Ainda assim, a par desta imprensa de características muito próprias, foi-se desenvolvendo, até como contraponto, uma de outro tipo, mais exigente e rigorosa em termos informativos, de que o exemplo sonante entre todos é o *The New York Times*, sobretudo desde que passou, em 1896, para as mãos de **Adolph Ochs** – outra figura que, como as anteriores, merece ser incluída na lista das personalidades que moldaram em grande parte o jornalismo tal como, contemporaneamente, nos habituámos a conhecê-lo.

No caso de Portugal, como atrás vimos, a figura marcante deste importante salto da ‘velha’ para a ‘nova’ imprensa é **Eduardo Coelho**, o fundador do *Diário de Notícias* em 1865 e o responsável pela introdução, no país, do modelo empresarial e editorial subjacente à lógica da *penny press*. Para além do seu trabalho à frente do periódico, Eduardo Coelho foi também uma personagem marcante no contexto cada vez mais dinâmico da vida associativa dos jornalistas portugueses nos finais do séc. XIX, participando activamente em todas as iniciativas mais importantes, tanto no plano nacional como no contexto internacional.

³³ Um dos primeiros sucessos destas tiras de banda desenhada ou *comics* era protagonizado por um boneco de nome “Yellow Kid”, nascido em 1894, e a quem se deve a generalização da expressão *yellow press* (ou *presse jaune*) como sinónimo de imprensa popularucha e de difusão massificada (Albert, 1970: 62). Estas novas rubricas dos jornais passaram, aliás, a ter uma presença multiplicada no cenário muito próprio dos EUA: dadas as dimensões do território, que dificultavam a difusão de jornais por todo o país, surgiram rapidamente as “cadeias de jornais” (com vários jornais associados no mesmo grupo, utilizando algumas matérias idênticas em diversos títulos) e as iniciativas “sindicadas” [*syndicates*] – uma particularidade norte-americana que ainda hoje existe, mediante a qual certas tiras de banda desenhada, ou certos artigos, ou certas colunas de opinião, são colocadas simultaneamente numa vasta rede de jornais associados (“sindicados”), mesmo que não pertençam ao mesmo grupo económico, e permitindo assim uma audiência “nacional” por soma de múltiplas audiências “locais” ou “regionais”.

2.2.7. - Os alvares da profissionalização

A **industrialização** da imprensa, que se desenvolve nesta segunda metade do século XIX, corre em paralelo com a **profissionalização** do jornalismo. Ao enorme salto **quantitativo** da imprensa, que acaba por criar toda uma indústria de jornais (nos planos da sua redacção, produção, impressão, distribuição, com o propósito assumido também da sua rentabilização económica enquanto negócio empresarial) e que, concomitantemente, cria pela primeira vez um efectivo mercado de trabalho para a actividade jornalística (com necessidades alargadas de mão-de-obra a tempo inteiro e em dedicação exclusiva, capaz de assegurar as etapas crescentemente especializadas de edição e produção regular de um jornal “de massas”), acrescentam-se importantes mudanças **qualitativas** (Ferenczi, 1993). Estas vão, neste tempo histórico, definir e modelar o jornalismo moderno, tornando-o em ofício autónomo, valorizado e reconhecido, e também mais próximo de uma legitimação social e jurídica que, em boa parte, se concretizará apenas no momento seguinte (período entre as duas guerras mundiais, já no século XX). E esta autonomização e valorização do **jornalismo** (o seu “modelar”) desenvolve-se, como se imaginará, em consonância com a autonomização e valorização dos **jornalistas** (o seu “afirmar”) enquanto profissionais específicos do novo ofício – porque, efectivamente, de um novo ofício se trata, mais do que de um velho ofício definido em novos moldes.

A tradição eminentemente literária e política do jornalismo tal como começou por se fazer sobretudo em França – e, em boa medida, na Europa continental – confronta-se agora com um novo modelo, de matriz essencialmente americana, em que o acento tónico é colocado mais na **informação** do que na **opinião**. As notícias adquirem um valor de mercado e começam a ser encaradas e transaccionadas como tais, como mercadorias, alargando o seu leque de difusão muito para além das elites intelectuais e políticas a que se associava a “circulação circular” dos jornais. O jornal como produto de consumo massificado, ligado às necessidades mais chãs do quotidiano (tanto pela informação como pela publicidade), vai adquirindo um perfil mais próximo de uma ‘janela’ sobre o mundo concreto que nos rodeia do que de um espaço fechado – ou só aberto a ‘iniciados’ – de debate de ideias e de criação literária.

Emblemáticos desta alteração são os *gêneros* jornalísticos que começam a impor-se como específicos do ofício próprio de informar: além da **notícia**, estruturam-se e desenvolvem-se sobretudo a **reportagem** e a **entrevista** (que suplantam as tradicionais **crónica** e **crítica**), com isso significando que quem se dedica ao jornalismo como ofício autónomo deve estar menos preocupado em ‘dizer o que pensa’ e mais em contar (em

relatar, em reportar) o que outros pensam, dizem e fazem. Estes novos modos de abordagem noticiosa da actualidade implicam também a criação e generalização de novas *técnicas* de recolha, tratamento, redacção e apresentação da informação num jornal, que de algum modo pretendem ir constituindo o acervo de um “saber” e um “saber-fazer” específicos, próprios da nova actividade, marcas distintivas (e como tal identificáveis tanto pelos emissores como pelos receptores destas mensagens) do texto jornalístico enquanto narrativa com características particulares.

A generalização do *lead* ³⁴ enquanto apresentação inicial, rápida e resumida, dos elementos mais importantes (ou seja, escolhidos como tais pelo jornalista...) do texto noticioso, integrada num esquema narrativo segundo a lógica de “**pirâmide invertida**” (caminhando do mais relevante para o mais acessório, do mais central para o mais periférico, ao contrário das narrativas tradicionais cujo clímax costuma situar-se no meio, e não no início, da história), é um elemento central da afirmação deste novo modelo. Como central – e particularmente marcante sobretudo na construção ideológica da nova profissão –, é a adopção progressiva de um modo de abordar e descrever a actualidade que seja (e pareça) distanciado, um modo onde deliberadamente se acentuem algumas marcas ou sinais de **objectividade** (transcrições em discurso directo, contraposição seca das opiniões dos diversos envolvidos, utilização de fórmulas mais impessoais, recusa de adjectivos e de juízos de valor próprios), como forma de sinalizar o ‘apagamento’ da personalidade do jornalista em favor do relato rigoroso e isento dos “factos tal como aconteceram”. Como é bom de ver, esta construção, que procura lançar e afirmar os fundamentos de uma identidade profissional autónoma e bem delimitada, não se resume a um mero conjunto de técnicas instrumentais: ela pressupõe, comporta e alimenta uma determinada *filosofia* – melhor seria dizer *ideologia* – que se mostrará, para o bem e para o mal, determinante no percurso subsequente com vista à efectiva profissionalização dos jornalistas, e que passa

³⁴ Embora seja comum a ideia de que o *lead*, baseado na resposta aos cinco “wh’s” (a que costuma acrescentar-se também o “how”), é uma ‘invenção’ dos EUA e do seu modelo de jornalismo “noticioso”, associando-se frequentemente às necessidades de transmissão nos contextos tecnicamente incipientes do telégrafo (e muito em especial às reportagens no tempo da Guerra da Secessão), diversos autores têm feito notar o paralelismo quase integral – logo, a inspiração – entre este modelo de informação e as exigências da retórica latina tais como sintetizadas por Cícero em “*De Inventione*”: também para ele o texto só estaria completo se respondesse às perguntas “quem?”, “o quê?”, “onde?”, “como?”, “quando?”, “com que meios?” e “porquê?”. Disso mesmo dá conta Karam (2000), explicitando: “Na imediaticidade em que actua o jornalismo, os elementos retóricos da antiguidade greco-romana constituem eixos fundamentais do seu discurso. É com esta perspectiva, baseada na *arte de dizer*, resultado da *habilidade em fazer*, que se estrutura o discurso jornalístico” (realces do autor).

pela sua capacidade / vontade de se afirmarem como detentores legítimos de um saber específico e prestadores qualificados de um serviço singular.

O novo modelo de jornalismo faz emergir também, nesta época, novos *perfis profissionais* de jornalistas, de que o mais emblemático e significativo, tanto no plano simbólico como no das realidades materiais, é o do **repórter**, valorizado como nunca no passado. De uma espécie de “jornalista de segunda”, como inicialmente era visto (e, por consequência, desprezado³⁵), o repórter vai, a pouco e pouco, adquirir uma aura quase romântica de paladino da informação, de investigador incansável das histórias do quotidiano, de intrépido aventureiro que corre mundo ao serviço dos leitores, trazendo-lhes as novidades das mais longínquas latitudes e dos mais arriscados cenários de desastre e conflito – o repórter “correspondente de guerra”, que surge nas guerras da Crimeia e da Secessão americana, é a personagem-tipo mais acabada, e até mitificada, deste perfil – corporizando, assim, o novo paradigma jornalístico em progressivo desenvolvimento. “Menos desejoso de brilhar mas mais bem informado sobre os assuntos que trata”, no dizer de Hugues le Roux (cit. em Delporte, 1999: 60), o repórter corporiza esta paradigmática mudança de enfoque do jornalismo “de opinião” para o jornalismo “de informação”, do jornalismo “de ideias” para o jornalismo “de factos”:

A profissão encontrou o seu modelo – o grande repórter, meio aventureiro, meio herói de romance. Admiramos a sua independência, a sua coragem e sangue-frio, a sua cultura, o seu estilo, e sobretudo, talvez, o seu inquebrantável apego à missão do jornalista, que consiste em buscar e proclamar a verdade, mesmo com perigo da sua vida. De tal modo que, no imaginário profissional, o mito do grande repórter substitui o, já anteriormente usado, do jornalista político que, no tempo das tiranias, falava em favor da liberdade (Delporte, 1999: 170).

Já no plano colectivo – convém sublinhar que está em curso uma clara mudança de uma “**representação individual**” do jornalista enquanto artífice solitário, sentado no seu gabinete, para uma “**representação colectiva**” do jornalista trabalhando no espaço partilhado de uma redacção (Delporte, 1999) – este é igualmente o tempo em que verdadeiramente começa a ganhar forma e identidade o *grupo profissional* dos jornalistas, mediante um trabalho de afirmação e reivindicação em várias frentes: na frente **sócio-económica e laboral** (lutando por uma condição de efectivo trabalhador assalariado

³⁵ Pierre Larousse, no seu *Dicionário Universal do Século XIX* (1875), escrevia: “O repórter é em geral mal visto pelo público sério, que lamenta ver a notícia adquirir uma importância exagerada, ao mesmo tempo que expulsa do jornal o artigo sério, histórico ou crítico” (cit. em Ferenczi, 1993: 31). Na mesma obra, aliás, Larousse recusava-se a considerar os repórteres como verdadeiros jornalistas, considerando-os uma “classe especial” e definindo-os com desprezo como pessoas “sempre à cata de notícias, os primeiros a chegar aos campos de corridas ou aos teatros de incêndio, interrogadores encarniçados, misturando-se entre as multidões, tomando notas sobre as crianças queimadas, os maridos agredidos, os peões esmagados...” (*ibidem*).

especializado, em regime de dedicação exclusiva, com um contrato de trabalho estável e com as consequentes remuneração e regalias complementares), na frente **associativa** (com a criação de associações profissionais de defesa de interesses e de ajuda mútua, que oscilarão entre diversos formatos, decorrentes da persistente ambiguidade de trabalhadores divididos entre o perfil ‘assalariado’ e o perfil ‘criador intelectual livre’), na frente **político-jurídica** (com a crescente procura de um estatuto legal que valorize a nova profissão, demarcando-a de ofícios afins e de práticas ‘amadoras’ e, com isso, estabelecendo regras mais fechadas de controlo do acesso e do seu exercício).

Num contexto assim, não espanta que duas novas e importantes frentes de combate sejam abertas pelos jornalistas nesta mesma fase: a da **formação** e a da **ética e deontologia** profissional. Trata-se – como nos próximos capítulos tentaremos demonstrar – de domínios decisivos na estratégia de construção e afirmação profissional dos jornalistas, quer na perspectiva do reconhecimento da sua actividade enquanto especialidade autónoma e detentora de um “saber” e um “saber-fazer” (e “saber-como-fazer”) próprios, quer sobretudo na perspectiva da sua legitimação. De algum modo, pode dizer-se que por aqui passavam as contrapartidas oferecidas pelos (ou exigidas aos) jornalistas como penhor da sua seriedade de propósitos, do seu empenho profissional, da sua vontade de aprofundar a especificidade do serviço prestado à sociedade, da sua garantia de um comportamento responsável e responsabilizável.

No que toca à **formação**, é neste período que começam a equacionar-se as questões e a desenvolver-se de modo mais sistemático algumas iniciativas. Aliás, começam a surgir, nos alvares do século XX, os primeiros manuais de jornalismo – “*Pour devenir journaliste*”, de Vincent Jamati, em 1906, e “*Comment on devient journaliste*”, de André Guérin, em 1910, são alguns exemplos (Delporte, 1999: 169). Trata-se de livros essencialmente práticos, mas que vão aludindo às qualidades principais que se exigem a um jornalista, entre elas a necessidade de aprendizagem. Mas há uma linha de fundo que se mantém: para estes autores, “o jornalismo é antes de tudo uma vocação” e, por isso, “não podem consagrar-se a ele senão os indivíduos dotados de reais qualidades intelectuais e morais” (*ibidem*), sendo a aprendizagem escolar apenas um corolário ‘instrumental’ deste pressuposto básico. Daí, também, a dificuldade em afirmar instituições voltadas para o ensino sistemático do jornalismo, que muitas vezes são até ridicularizadas: “É mais ou menos como se se quisesse criar uma escola de poesia”, dizia Georges Fonsegrive (cit. em Delporte, 1999: 176).

Não obstante, este novo domínio de trabalho vai fazendo o seu percurso. O primeiro centro de ensino do jornalismo em França nasce em 1899/1900, integrado na Escola Livre de Altos Estudos Sociais, curiosamente por iniciativa de um americano (Dick May). Com efeito, algumas iniciativas semelhantes já tinham despontado anteriormente nos Estados Unidos, nomeadamente com a criação de uma cadeira de Jornalismo no departamento de Ciências Políticas da Universidade de Filadélfia, em 1893. E mesmo na Europa, já em 1895 nascera um incipiente curso de Jornalismo na Universidade de Heidelberg (Alemanha). Estas preocupações embrionárias de que os jornalistas façam uma efectiva formação inicial para a sua profissão ligam-se com a progressiva afirmação da actividade como um domínio de saber autónomo e específico, mas procuram responder também a outra preocupação crescente: a de que, nessa preparação para a profissão, “os futuros jornalistas se impregnem de preceitos morais essenciais, que depois possam cultivar enquanto profissionais” (*ibid.*: 179).

A atenção aos aspectos **éticos e deontológicos** da profissão nascente está, assim, presente desde os primeiros passos, até porque se vai percebendo claramente que é um domínio decisivo para a conquista do reconhecimento social do novo ofício e sua legitimação, além de ser um instrumento de consolidação do grupo profissional enquanto colectivo, que pelo caminho permite excluir os ‘indesejáveis’ ou os ‘mal formados’. A responsabilidade muito particular desta nova actividade começa a debater-se, com efeito, nestes finais do século XIX, desenvolvendo-se “o discurso sobre os fundamentos morais do jornalismo” (*ibid.*: 158), nalguns casos por iniciativa de autores católicos, assustados com a crescente influência da imprensa e o seu “poder funesto” (*ibidem*). Por outro lado, o processo de industrialização de uma actividade anteriormente circunscrita ao labor intelectual, mas que agora se afirmava e desenvolvia claramente também na sua componente comercial e mercantil, fazia emergir contradições, ambiguidades e receios que nunca mais deixaram de a acompanhar até aos nossos dias e que, curiosamente, já eram intuídos num texto (“*La révolution du journalisme*”) escrito em 1866 por Arnould Frémy:

Ser simultaneamente escritório de inteligência e escritório de indústria, reunir num mesmo quadro o apostolado e o tráfico, o balcão da publicidade mercantil e o tabernáculo das ideias e das crenças, é legítimo, é até prático? (cit. em Mathien, 1995: 53)³⁶.

³⁶ Como refere Mathien (1995: 53), Arnould Frémy acabaria por, na sequência destas suas preocupações, sugerir que as empresas de imprensa estivessem na posse de associações de jornalistas, e não dos patrões tradicionais, como forma de eliminar as pressões comerciais e as especulações financeiras. Um século depois desta sugestão “utópica”, haveriam de surgir em França (e não só: também em Portugal, nos anos 1970) “sociedades de redactores” como

No seio dos profissionais, as preocupações éticas e deontológicas tinham o seu eco. Já em 1892 se perguntava Eugène Dubief: “Os jornalistas têm associações para a defesa dos seus interesses materiais. Não deviam servir-se delas para defender os seus interesses morais e intelectuais?” (cit. em Delporte, 1999: 172). E, de facto, as associações profissionais funcionam, no início, também como uma espécie de ‘tribunais de honra’ destinados a dirimir questões dos seus sócios, até como maneira de defenderem a imagem e prestígio do grupo para o exterior. Embora, por este tempo, a moral profissional ainda seja encarada sobretudo como um assunto individual, o certo é que ela vai fazendo o seu caminho enquanto elemento nuclear do processo de afirmação dos novos profissionais enquanto tais. O grupo toma progressiva consciência de que

o jornalismo não é uma profissão como as outras; ele exige uma consciência aguda das suas responsabilidades e a enunciação de uma disciplina moral definida pela corporação e colectivamente respeitada. O jornalista deve aceitar ser julgado pelos seus pares e sofrer eventuais sanções. Deste modo, o fechamento da fronteira profissional já não se baseia só em critérios materiais (luta contra o amadorismo), mas em preceitos morais (Delporte, 1999: 176).

Em síntese, poderíamos dizer, ainda com Delporte, que neste segundo momento histórico da sua evolução, entre 1880 e o início da 1ª Guerra Mundial, o jornalismo “redefine as suas práticas, fixa o papel social do jornalista, aponta as referências culturais e identitárias fundamentais” (Delporte, 1999: 419). Há uma tensão entre o individual e o colectivo, mas a consciência de pertença a um grupo, mesmo que sobretudo com propósitos defensivos, vai emergindo, com os novos profissionais a demarcarem-se socialmente dos meios literários e políticos com quem viviam em simbiose. Ao ideal quase “missionário” dos primórdios da actividade juntam-se agora, por força da industrialização, as leis e as exigências do mercado, que trazem novas questões. Começam a fixar-se, neste período, os limites do espaço profissional em construção – a tal “fronteira”, embora de contornos ainda imprecisos. Enfim, as coisas parecem estar maduras para um novo e importante passo: o da institucionalização do jornalismo enquanto profissão (e dos jornalistas enquanto seus únicos profissionais legítimos), no plano legal e jurídico.

proprietárias de jornais, embora tenham sido experiências pontuais que o “mercado” acabou por inviabilizar poucos anos mais tarde.

2.3. - *Um estatuto para os jornalistas*

Consolidado um **estado**, para retomar a expressão de Denis Ruellan, parece chegada a altura de os jornalistas ganharem (ou conquistarem) um **estatuto**. E é, basicamente, no período que medeia entre as duas guerras mundiais (a de 1914-18 e a de 1939-45) que vão reivindicar-se, criar-se e solidificar-se as estruturas e instrumentos essenciais da profissão: estatuto legal, carteira profissional, escolas, sindicatos, códigos de deontologia, mecanismos de acesso e de controlo. Não é um processo fácil, não é um processo linear e, sobretudo, não é um processo acabado.

Os esforços de afirmação de um estatuto próprio, em termos sociais e em termos jurídico-legais, põem simultaneamente em evidência, mais do que nunca, os limites, as ambiguidades e as contradições de um grupo profissional que parece ficar sempre ‘a meio termo’ de qualquer coisa ou num território ‘entre’ pólos bem definidos: o jornalista é criador intelectual na imprensa, mas também operário assalariado numa indústria e num comércio de jornais/de notícias; reivindica um *status* semelhante ao de qualquer profissional liberal, mas não prescinde, enquanto trabalhador por conta de outrem, das vantagens laborais da contratação colectiva; organiza-se em sindicatos, mas não deixa de emparceirar com escritores e homens de letras em associações profissionais de vocação mais abrangente; dá mostras de uma progressiva consciência colectiva no seu *métier*, mas não abdica de uma postura fortemente individualista, reclamando para a sua consciência pessoal decisões do foro ético ou profissional; compromete-se com um código deontológico geral para a profissão, mas é relapso a mecanismos colectivos e coercivos (mesmo emanados do interior do grupo profissional) para a sua aplicação efectiva; não nega as virtualidades de uma formação escolar específica, tendencialmente de grau superior, para esta actividade profissional, mas continua a contrapor-lhe as vantagens insubstituíveis de uma formação prática junto dos pares, na “tarimba” de uma redacção; afirma a importância da manutenção de uma profissão “aberta”, que permita a todos o exercício de um direito que a todos pertence – o direito à liberdade de expressão –, mas simultaneamente defende mecanismos de acesso ‘legítimo’ à profissão e de titularização que, na prática, constroem um “mercado de trabalho fechado”; enfim, exerce um poder inquestionável numa sociedade onde a informação se vai tornando um elemento essencial da construção e vivificação do espaço público, mas resiste a iniciativas ou mecanismos de escrutínio e de responsabilização (de *accountability*) da sua actividade, nos quais se

ancorariam mais clara e consensualmente os fundamentos de uma legitimação que é requerida pelas sociedades democráticas.

Com mais ou menos ambiguidades, com mais ou menos dificuldades, o certo é que o grupo profissional nascente precisava de afirmar o seu terreno próprio, a sua autonomia e a sua identidade, para com isso se valorizar mas, simultaneamente, valorizar o serviço que, no novo contexto sócio-económico-cultural atrás descrito, parecia estar em condições de prestar à sociedade (e de que não era desafio menor a necessidade de o preservar, em alguma medida, quer das cobiças políticas de sempre, quer das cobiças mercantis mais recentes). Foi isso que procurou fazer neste período histórico, ora conquistando por sua única iniciativa alguns espaços próprios, ora obtendo dos poderes instituídos – *maxime*, do Estado – um conjunto de benefícios e garantias susceptíveis de conduzir a um estatuto profissional tão institucionalizado e tão reconhecido como o das demais ‘profissões estabelecidas’.

2.3.1. - A “revolução francesa” na profissão

Momento emblemático, mais que qualquer outro, deste ponto de viragem na construção da profissão, em França, é a aprovação de uma lei longamente reivindicada mas só conseguida em 1935, que estabeleceu o **estatuto profissional de jornalista** e, complementarmente, instituiu a sua **carteira profissional** – um título que passou a funcionar como sinal público e notório, além de condição *sine qua non*, do exercício legítimo do ofício (por contraposição a outros exercícios não legítimos, fossem eles ‘abusivos’ ou ‘amadores’). No fundo, este passo marcante da **profissionalização** procura retirar dela o que ela, simbolicamente, se propõe ser no essencial: uma “garantia oficial de competência e moralidade”, para usar a expressão de Francis Balle (1987: 101).

No período de entre as duas guerras – reforçado pela própria experiência difícil da guerra, quer quanto aos (ab)usos da imprensa como instrumento de propaganda, quer quanto às dificuldades materiais que ela acarretou – conjugaram-se, em simultâneo, vários factores que potenciaram este salto dos jornalistas no sentido da sua profissionalização formal. Ruellan (1997a) põe em relevo, relativamente à situação francesa, quatro factores:

- **O precário estatuto social dos jornalistas.** Também neste domínio específico havia uma falta de correspondência entre o **estado** dos jornalistas – que o processo de industrialização da imprensa tinha tornado em trabalhadores regulares, ocupados a tempo inteiro e com especializações crescentes – e o

estatuto de que (não) beneficiavam. Já não eram olhados como, anteriormente, os artistas que, entre outras actividades, também escreviam em jornais, mas ainda não eram valorizados enquanto oficiais de um novo ofício. Sentia-se progressivamente a diferença entre o antigo **fazer** jornalismo e o actual **ser** jornalista. Os profissionais agora já o eram **de facto**, faltava-lhes sê-lo **de direito**. A criação do Sindicato Nacional dos Jornalistas (SNJ) em França, em 1918, teve um papel determinante no labor reivindicativo que haveria de conduzir à legislação de 1935. E a indefinição que persistia acabou por ser resolvida, deliberadamente, em favor do estatuto já não de artista, mas de trabalhador assalariado para o jornalista, até por se ter entendido que essa condição lhe traria mais vantagens (económicas e sociais) do que a manutenção de um estatuto independente. Isto foi feito, contudo, sem prejuízo da obtenção de cláusulas especiais, que criaram mesmo uma situação de excepção nas leis laborais do país: a consagração, na lei de 1935, da célebre “cláusula de consciência” (que garantia ao trabalhador-jornalista uma margem de liberdade única na relação de subordinação com o seu empregador) é disso bom exemplo. Esta dualidade era conscientemente assumida pelo SNJ para de algum modo “manter os privilégios ou direitos que eram devidos aos autores e aos artistas” (Ruellan, 1997a: 29), ou seja, tinha propósitos claros de colher benefícios ‘em dois tabuleiros’ simultaneamente:

Esta disposição particular [a ‘cláusula de consciência’] advém do facto de que os jornalistas, ao mesmo tempo que reivindicavam a sua condição de assalariados, não deixavam de fazer valer que o seu ofício merecia, e necessitava de, um tratamento derogatório (Ruellan, 1997a: 28).

Em todo o caso, a condição profissional – e social – dos jornalistas acabou por se definir, no quadro jurídico-legal da época, de modo favorável.

- **As difíceis condições materiais de vida dos profissionais da imprensa.** Submetidos ao processo, ainda muito recente, da industrialização da imprensa, mas associados também a uma imagem de trabalho livre e pouco amarrado às regras estritas de uma produção quase fabril, os jornalistas – ou a sua maioria – estavam mais uma vez “no meio da ponte”: eram, de facto, trabalhadores assalariados, com os constrangimentos e obrigações (de subordinação, de disponibilidade, de horário) de outros trabalhadores, mas em contrapartida não

lhes eram ainda reconhecidas as vantagens associadas a esse estatuto. Mal pagos, pouco protegidos, empregados em condições precárias e pressionados por um mercado cada vez mais competitivo, acumularam motivos para se organizarem e reclamarem, desde logo, as condições de remuneração, estabilidade e protecção mínimas que já existiam para outros grupos de trabalhadores. A contrapartida, também aqui, foi a assunção clara de que o jornalista se assumia como um assalariado, um trabalhador por conta de outrem (e não como um profissional liberal, independente), e, como tal, recorria aos instrumentos típicos de reivindicação desse estrato laboral – o sindicato, a contratação colectiva –, mesmo mantendo em aberto a hipótese de conseguir um conjunto de cláusulas excepcionais que fizessem jus à especificidade do seu *métier* e, por assim dizer, não o proletarizassem em absoluto. Era, ainda e sempre, o “ponto de vista duplo” que os jornalistas continuavam a alimentar a respeito de si próprios: “ao mesmo tempo que se pensavam como assalariados (e, portanto, com as vantagens que lhes estão associadas), esperavam também o reconhecimento de um estatuto liberal (com as prerrogativas específicas das profissões consideradas como tais)” (Ruellan, 1997a: 34). É a tal dualidade que acompanhará todo o processo de construção profissional e identitária dos jornalistas.

A “crise material” foi, por assim dizer, o catalisador de uma nova postura que implicou até, da parte dos jornalistas, uma abertura a esquemas e procedimentos que anteriormente, “espíritos livres” como estavam habituados a encarar-se, nem de longe consideravam:

A regulamentação oficial [do trabalho e das suas condições], que os jornalistas, seguros do seu prestígio e da sua independência, sempre tinham desdenhado no passado, mostrava-se agora dramaticamente necessária, à medida que as suas condições de trabalho e de vida se depreciavam e se aproximavam das de qualquer trabalhador assalariado (Delporte, 1995: 47).

- **A situação moral da imprensa.** Com o alargamento da expansão da imprensa para além do nicho tradicional das elites intelectuais e políticas, com a massificação e consequente aumento de concorrência pela conquista de leitores, começaram também a multiplicar-se as situações de duvidosa moralidade, fosse por abuso de poder da parte dos jornalistas e/ou das empresas, fosse por alguma falta de escrúpulo decorrente de um estatuto que muitos consideravam pouco

menos que impune. A imputação cada vez mais frequente de comportamentos imorais, num tempo em que o grupo dos jornalistas procurava obter enfim um reconhecimento social e conquistar um ‘direito de cidadania’ semelhante ao das profissões mais respeitadas, não ajudava nada a este desiderato. E, por isso, a ‘corporação’ sentia necessidade de contribuir, ela própria, para uma maior moralização do *métier*, oferecendo à sociedade garantias de que os “indignos” seriam arredados da profissão. Não é por acaso que, logo na altura do seu nascimento, o sindicato francês dos jornalistas – então já confinado aos jornalistas apenas e não abrangendo, como as associações anteriores, os proprietários e os directores de jornais – escolhe e proclama o lema que o acompanhará: “Associação de defesa *e de disciplina* profissional” (cit. em Mathien, 1995: 68, realce nosso). Decididamente comprometido, desde os seus alvares, a lutar pela obtenção de um estatuto profissional para os jornalistas, o sindicato sabe bem que, para além das questões materiais, terá de trabalhar também no terreno da moral e do seu controlo interno (ou seja, um controlo pelos pares, tal como era apanágio das profissões liberais e das suas Ordens³⁷), pois sabe que só assim a profissão assegurará o respeito da sociedade e aumentará, em termos externos, o seu ainda periclitante prestígio. Aliás, a declaração de objectivos publicada pelo SNJ no seu boletim oficial, em Julho de 1924, é bem ilustrativa deste múltiplo desiderato:

O Sindicato propõe-se organizar a corporação tendo em vista: 1º Defender os interesses corporativos; 2º Defender os interesses individuais; 3º Excluir os não-profissionais; 4º Instituir um controlo moral sobre a profissão (cit. em Ruellan, 1997a: 77).

Vemos, assim, que vão a par os esforços de **profissionalização** e os de **moralização** dos jornalistas (Delporte, 1999), admitindo-se que uma não se concretiza sem a outra: dar garantias de probidade e exigência moral parece caminho imprescindível para a afirmação de um estatuto profissional; simultaneamente, acredita-se que a assunção de um perfil profissional rigoroso e publicamente legitimado trará como consequência, de algum modo, esse

³⁷ Num texto publicado pela Direcção no boletim oficial do sindicato, logo no ano da fundação (1918), ficam claríssimos estes propósitos de se equiparar, *mutatis mutandis*, aos modelos de controlo auto-regulado das profissões liberais: “Temos o objectivo de garantir o respeito devido à profissão de jornalista, de aumentar o seu prestígio junto da opinião pública, estabelecendo entre nós as regras de honra corporativa e assegurando que essas regras serão cumpridas pelos sindicalizados. O Sindicato dos jornalistas propõe-se, pois, desempenhar um papel moral análogo ao que desempenha o Conselho da Ordem dos advogados (...)” (cit. em Delporte, 1995: 49).

comportamento moral que se deseja também ‘imagem de marca’ dos trabalhadores deste ofício. E as derivas imorais serão cada vez mais renegadas ou, então, imputadas aos “amadores”, aos que não preenchem as condições profissionais de exercício da actividade e a exercem abusivamente – ou ainda aos proprietários da imprensa, mais voltados para o negócio do que para a informação. Não os verdadeiros jornalistas. Porque “o verdadeiro jornalista é aquele que, respeitando a sua profissão [*métier*], possui um cânone moral”, como afirmava em 1931 o histórico presidente que conduziu o sindicato francês neste período decisivo da sua história, Georges Bourdon (cit. em Delporte, 1999: 270). Para o sindicato, trabalhar a questão da moral profissional em simultâneo com a questão das condições materiais era, bem vistas as coisas, condição fundamental para o sucesso dos seus objectivos mais ambiciosos, que passavam pela institucionalização da profissão. Esta nova actuação dos jornalistas orienta-se nesse sentido:

“Aceitando fixar colectivamente regras de conduta, imaginando formas para o seu controlo, moralizando o seu funcionamento, a profissão ganhará uma legitimidade que alguns ainda lhe recusam” (Delporte, 1999: 161).

- **Os exemplos de diferentes países e o contexto internacional.** Embora o trabalho de institucionalização e regulamentação profissional tenha, em França, atingido um resultado particularmente marcante, e ido mais longe do que qualquer outro, no contexto da imprensa europeia continental, o certo é que algumas *démarches* nesse sentido já se tinham registado noutros países, tendo esses exemplos contribuído também para estimular os jornalistas franceses, quer na constituição do seu sindicato (em 1918), quer na luta pelo estatuto (conseguida em 1935). Um inquérito importante conduzido pelo Bureau International du Travail (BIT), entre 1925 e 1928, analisou a situação dos jornalistas em 33 países e dava conta de que apenas em cinco deles (entre os quais a França – além de Bulgária, Países Baixos, Luxemburgo e...Portugal) não havia ainda qualquer documento legal que regulasse o trabalho jornalístico ou o estatuto profissional dos jornalistas (Sobreira, 2003: 76), mesmo que nos restantes não se tivesse chegado a um estatuto formal tão ambicioso como haveria de suceder em França. O caso mais precoce era o de Itália, onde já em 1911 tinha sido assinado um contrato colectivo de trabalho para os jornalistas, e

que seria posteriormente retomado, em diversos enquadramentos (nada favoráveis à liberdade de expressão e de imprensa, como se imaginará), pelo regime fascista de Mussolini. Também na Alemanha se assinou um contrato colectivo em 1926, que haveria depois de ser tornado obrigatório pela ditadura nazi de Hitler. E em Inglaterra havia, já desde os alvares do século (o primeiro sindicato, a “National Union of Journalists”, tinha sido criado em 1907), um labor negocial e reivindicativo dos jornalistas junto das empresas que concitava a admiração dos pares além-fronteiras – sendo que, nos países anglo-saxónicos, o papel do Estado e a sua relação com os jornalistas assumia um formato bem diverso do das situações mais ‘tuteladas’, típicas da Europa continental.

Para além das experiências particulares de diversos países que iam sendo olhadas como exemplo e como estímulo, devemos recordar que se assiste, no dealbar deste período, a uma regular actividade associativa no plano internacional, corporizada nas quase duas dezenas de congressos da Federação Internacional de Associações de Imprensa que, entre 1894 e 1914, juntaram jornalistas de muitos países europeus. Este era o fórum por excelência para a troca de experiências e o estímulo mútuo à concretização, na especificidade dos diversos países, de modos de afirmação e valorização jurídico-legal dos jornalistas enquanto profissionais. Veja-se, por exemplo, o que dizia o jornalista austríaco Wilhelm Singer, um dos artífices da institucionalização desta Federação e um dos seus principais animadores, no Congresso Internacional de 1896, em Budapeste:

O que nós queremos é muito simplesmente a codificação das regras, das aspirações e das necessidades da nossa profissão, a criação de um entendimento comum, de um verdadeiro *modus vivendi*, estritamente fixado e que todos devemos forçosamente observar, sob pena de falta de espírito de solidariedade (cit. em Feyel, 1995: 162).

Estas reuniões internacionais ajudaram, assim, a disseminar uma “consciência de corpo” que emergia e a que era preciso também dar tradução em letra de forma (de direito, entenda-se). Para além de impulsionarem os esforços de regulamentação e protecção em diversos países, elas “participaram na definição da identidade profissional dos jornalistas nestes tempos de industrialização da imprensa e de advento da grande imprensa de informação” (Feyel, 1995: 139). E um dos propósitos essenciais destas iniciativas da profissão à escala internacional foi bem sintetizado por Émile Zola, que chefiou

a delegação francesa ao congresso anual do “Institut of Journalists” de Londres que prepararia o 1º Congresso Internacional da Imprensa de 1894, em Antuérpia: em seu entender, o que estava em causa nesta “excelente ideia” era precisamente o propósito de “pôr em relevo a dignidade da profissão de jornalista” e, complementarmente, “criar uma verdadeira corporação onde os indignos não possam entrar” (cit. em Ferenczi, 1993: 248).

A conjugação destes quatro factores levou a um trabalho intenso do sindicato francês junto do poder político e que conduziu à aprovação de uma lei por muitos considerada um “momento decisivo” no processo de afirmação profissional dos jornalistas, pois foi um momento “durante o qual se formaram uma organização de trabalhadores, um projecto sindical e, no meio de tudo isso, também uma concepção do jornalismo e uma visão da função social dos jornalistas” (Ruellan, 1997a: 45).

A nova concepção de jornalismo prosseguia e reforçava o caminho de autonomização face às suas referências tradicionais, situadas nos universos da literatura e da política, beneficiando das (e aplicando as) novas concepções de apreensão dos factos sociais que se afirmavam neste tempo de viragem, advindas da sociologia, da literatura naturalista, dos novos métodos de abordagem da história. A função social dos jornalistas, por outro lado, era o argumento insistentemente repisado para justificar a adopção de medidas de excepção que fizessem jus às especificidades de um ofício tanto mais valorizado quanto colocado no plano dos alicerces da sociedade democrática, onde o direito de livre expressão (sempre associado ao direito de livre imprensa, quando não confundido com ele) era tido por essencial, como que condição prévia dos restantes direitos fundamentais. Por aqui passam, afinal, as duas dimensões identitárias dos jornalistas (enquanto **ofício** e enquanto **grupo**) em cuja afirmação o sindicato francês mais investiu e insistiu: por um lado, o “profissionalismo” – a “afirmação da diferença em relação a certas formas de prática do ofício jornalístico e a pretensão de reger o seu funcionamento corrente através de uma estrutura unitária” (Ruellan, 1997a: 67) –, por outro lado, a “construção de uma representação do papel social e da competência do jornalismo” (*ibidem*). Este esforço sustentava-se, em parte, na **dimensão real** em que o novo ofício e os seus oficiantes actuavam, mas alimentava-se também, noutra parte, de **dimensões míticas**, de representações porventura excessivas do papel dos jornalistas, mas que os seus líderes se preocuparam em estabelecer e difundir, uma vez que o seu labor se orientava também para a construção de uma imagem com forte carga simbólica.

2.3.2. - A legitimação por via legal

A aprovação pelo Parlamento francês, em 1935, do Estatuto Profissional do jornalista – um estatuto “único na Europa, que fazia do jornalismo uma das profissões mais bem protegidas” (Delporte, 1995: 62) – é merecedora de atenção a vários títulos.

Desde logo, ela significou a obtenção **por via legal** de um conjunto de garantias e regalias que os jornalistas, através do seu sindicato, debalde vinham tentando conseguir **por via contratual**³⁸, através de negociação com os patrões. A capacidade de influência dos homens dos jornais junto dos círculos políticos (que eles muito frequentavam) ajudou certamente a este resultado.

Em segundo lugar, ela consagrou em letra de forma (para o bem e para o mal) a já costumeira definição genérica e tautológica de jornalista, que nada dizia sobre o seu conteúdo concreto mas, em contrapartida, restringia o usufruto do título a quem já dispusesse de certas condições sócio-laborais, excluindo como ilegítimos todos os outros: jornalista é aquele que “tem como ocupação principal, regular e remunerada, o exercício da sua profissão numa publicação quotidiana ou periódica editada em França ou numa agência francesa de informação, e que retira daí o essencial dos recursos necessários à sua existência” (cit. em Delporte, 1995: 61)³⁹. Imprecisa e imperfeita para uns, consciente e intencional para outros, esta não-definição, como atrás dizíamos, incide não sobre o conteúdo da actividade realizada – qual a natureza do jornalismo, quais os meios da sua realização –, mas sobre a categoria – os critérios ‘administrativos’ –, o que abre caminho a que uns possam *fazer sem ser* (ou seja, trabalhar efectivamente no *métier* mas não ver reconhecido legitimamente esse estatuto) e outros *ser sem fazer* (ou seja, dispor formalmente do título mas não demonstrar qualificações ou competências específicas para a actividade, nem precisar de tal). Se não é muito operativa para **incluir** os eventuais candidatos ao título de jornalista profissional, esta definição permite, em contrapartida, **excluir** todos os que não têm direito a ele – sejam os que não preenchem as condições na

³⁸ Os primeiros esforços dos jornalistas franceses para ter um Contrato Colectivo de Trabalho vinham já de 1919 e acabaram por levar a um acordo em 1929, mas que na prática foi pouco aplicado. Só na esteira do Estatuto legal obtido em 1935, e dentro do quadro institucional e laboral aí definido, conseguiram um CCT mais consentâneo com os seus desejos em 1937. O patronato, contudo, denunciou-o logo em 1939 – e entretanto veio a 2ª Guerra Mundial.

³⁹ Para perceber como o SNJ levou a bom termo os seus propósitos na negociação com o legislador, será muito interessante notar que a lei acolhe quase *ipsis verbis* a definição de jornalista que o próprio Sindicato tinha, poucos anos antes, assumido nos seus estatutos: jornalista era, dizia-se aí, quem tem “como ocupação principal, regular e remunerada, desde há pelo menos três anos, um trabalho de redacção numa publicação periódica editada em França ou numa agência de informação francesa” (cit. em Ruellan, 1997a: 102-103, *apud* Pierre Davesne).

sua totalidade, seja os que só as preenchem em parte (caso dos colaboradores de jornais, dos colunistas com mais actividades, dos correspondentes de província, dos tarefeiros em regime de *part-time*, etc.). Estabelece-se, assim, a linha divisória entre os que são considerados “legítimos” no exercício do ofício – os únicos profissionais, os “encartados”, os que pertencem à **categoria** – e os que são tidos por “ilegítimos” ou apenas “amadores”, mesmo dedicando-se em alguma parte à **actividade** jornalística.

Decorre daqui que a pertença categorial, no caso dos jornalistas, não é um “processo de conformação (formação, diplomas, adesão a normas)”, como noutras profissões, mas a “consequência de um estado sócio-económico de facto (critérios de ocupação principal, regular e remunerada)” (Ruellan, 1997a: 127), com algumas consequências importantes:

Uma tal definição da categoria não tem incidências apenas no plano sócio-económico: a categoria constrói a representação, para si e para o outro, da actividade. Esta representação é ideológica, pois ela constitui modelos, relativamente independentes da realidade mas necessariamente fundados nela, que concorrem para construir a legitimidade social do jornalismo, para o inscrever num conjunto de papéis mais ou menos efectivos (Ruellan, 1997a: 127).

Ou seja: o estatuto jurídico dos jornalistas, assim enquadrado, não é apenas um instrumento de “definição positiva de uma categoria de praticantes”; é “também, e sobretudo, um instrumento de expressão da *identidade* pela *alteridade*” (Ruellan, 1997a: 127, realces nossos).

Em terceiro lugar, a lei opta decididamente pela mera definição sócio-económica do jornalismo – como diz Ruellan (1997a: 102), ela “define não o jornalismo, mas o profissionalismo do jornalismo” –, considerando que é a partir desses pressupostos que se operará também, como o sindicato defendia, a própria moralização da profissão. A este título, é elucidativo o modo como o relator da proposta desta lei junto do Parlamento francês, o deputado (e antigo jornalista) Émile Branchard, fundamentou o seu apoio à iniciativa, invocando palavras do presidente histórico do SNJ, Georges Bourdon:

A condição capital, para que uma imprensa seja honesta e independente, não reside unicamente na honestidade e independência de quem a dirige, mas também na consciência do redactor; este é, portanto, de entre os assalariados, um assalariado de uma espécie particular, a quem convém assegurar uma existência digna e livre, e que deve preservar a sua liberdade de julgamento e de decisão face às variações de doutrina do jornal em que colabora (...). Que ele seja protegido contra as necessidades materiais, que veja assegurada uma existência digna, que a cláusula de consciência lhe dê a todo o momento (mesmo que não seja invocada) o sentimento da sua liberdade moral, que lhe sejam poupados para sempre estes cruéis conflitos que demasiados jornalistas experimentaram (mesmo tendo-os ultrapassado) entre a sua consciência e o seu interesse – eis aquilo a que chamamos a sua independência (cit. em Mathien, 1995: 73).

Foi assim que o Estatuto Profissional acabou por consagrar uma situação especial para os jornalistas (a tal “condição dúplice”, entre o liberal e o proletário), garantindo-lhes benefícios de três tipos diversos:

- os que se ajustam a uma profissão assalariada, exercida por conta de outrem – garantia de uma remuneração estável e compatível com o trabalho realizado, férias pagas, indemnizações interessantes em caso de denúncia do contrato laboral;
- outros mais típicos de uma profissão liberal e criativa, exercida em moldes independentes – cláusula de consciência⁴⁰ (que permite ao jornalista não cumprir determinações patronais que atentem contra os seus princípios e obrigações perante a sociedade), reconhecimento do direito de autor face aos textos publicados;
- um último, enfim, com uma forte carga simbólica e de reconhecimento social da profissão – a instituição de um título formal, a Carteira Profissional de Jornalista, outorgada basicamente pelos “pares”, que passa a ser condição de legitimidade do exercício profissional e a que se tem acesso pelo preenchimento das condições sócio-laborais definidas na mesma lei (e não por qualquer formação académica ou profissional específica), desde que não haja situações de incompatibilidade (também enunciadas).

Quanto à questão, igualmente central, da **moralização da profissão** – a contrapartida assumida pelos jornalistas para justificar a concessão de um estatuto especial e que passava, entre outros aspectos, por um trabalho de auto-controlo e pela exclusão de todos os ‘indignos’ dos benefícios propiciados pela lei –, ela foi desde o início claramente associada pela organização sindical às condições materiais do exercício da actividade. Isso era feito com o pressuposto de que uma condição sócio-económica adequada e institucionalmente garantida traria, por arrastamento quase automático (e com o contributo

⁴⁰ A cláusula de consciência, que “repousa exclusivamente sobre a natureza particular da função de jornalista” (Mathien, 1995: 74), é bem o sinal de que este não podia ser considerado um profissional “como os outros” e, portanto, recebia, num contexto de trabalho assalariado, um tratamento de profissional liberal. Esta disposição será, nos anos subsequentes, adoptada em diversos países europeus (entre os quais Portugal, onde se mantém até hoje). Curiosamente, em França já uma década antes, em 1926, ela tinha sido de algum modo exercitada *avant la lettre*: um jornalista, despedido por discordâncias com a linha editorial do seu jornal, que fora alterada, apelou para o tribunal e este considerou-o merecedor de uma indemnização semelhante à que receberia se tivesse sido despedido sem justa causa. O boletim do SNJ “*O Jornalista*”, numa edição de 1930, comentaria assim aquela decisão judicial: “Estamos à beira de possuir este estatuto profissional que ainda há poucos anos aparecia aos olhos de muitos dos nossos confrades como uma quimera inacessível” (cit. em Delporte, 1999: 268-9). Em contrapartida, três anos antes (1923), um jornalista fora condenado em tribunal porque recusara revelar o nome de informadores de uma notícia. O sigilo profissional, outro direito muito especial e muito caro aos jornalistas, ainda teria de esperar uns anos mais para se ver consagrado na lei.

sempre sublinhado da responsabilidade e da consciência individual dos jornalistas juridicamente certificados como “profissionais”), um desempenho virtuoso. A este propósito sublinha Christian Delporte que a cláusula de consciência é “a mais perfeita expressão de um texto que, fundado na responsabilidade singular do jornalista face à opinião pública, subordina as garantias morais do exercício profissional à segurança material” (Delporte, 1999: 292). Pode ver-se neste processo um claro exemplo daquilo a que Pierre Bourdieu (1996) chama “constrangimentos virtuosos” – por oposição a “constrangimentos viciosos” –, ou seja, um conjunto de disposições que permitiriam aos indivíduos e ao grupo “serem melhores”, no pressuposto de que “os grupos sociais, colocados em posição de eleger de modo autónomo as suas normas, os seus valores e as suas leis, vão escolher o que é mais virtuoso, porque isso é do seu próprio interesse” (Bourdieu, 1996: s/p):

De certo modo, a lei teve o propósito de permitir aos jornalistas que forjassem para si próprios uma ética e os meios de a respeitar. (...) Em definitivo, o legislador quis deixar os jornalistas – e os padrões – organizarem-se para que a organização os tornasse virtuosos; a lei esperava que a profissionalização (significando simultaneamente a protecção dos jornalistas e a sua autonomização) trouxesse por arrastamento o policiamento moral do ofício (Ruellan, 1997a: 101).

Ora, a outorga da Carteira Profissional – que será regulamentada logo no ano seguinte, em 1936, através da criação de uma comissão composta apenas (e paritariamente) por jornalistas e directores de jornais, sem qualquer intervenção dos poderes públicos, a não ser em sede de recurso⁴¹ – permite, precisamente, reforçar esta ideia, tão cara ao SNJ, da ligação entre os “interesses materiais” e os “interesses morais” da profissão. De resto, não foi por acaso que, aquando da instituição da Comissão da Carteira, os dirigentes sindicais proclamaram já não ser necessária qualquer Ordem dos Jornalistas (que alguns sectores reclamavam de há anos), pois “a Ordem estava feita”, como se dizia no editorial do boletim do SNJ em Junho de 1936:

A breve trecho todos os jornalistas profissionais possuirão a sua carteira de identidade e quem, sem poder apresentá-la, se disser jornalista será culpado de um delito punível por penas que não serão negligenciáveis (...). Eis, pois, a nossa profissão, não fechada, mas protegida; eis o título de jornalista retirado aos meros ‘fazedores’ e tornado uma propriedade, ao mesmo título que os de médico ou de advogado (...). A Ordem dos Jornalistas está feita. Eis a realização de um dos nossos objectivos mais antigos. A carteira profissional é o permanente direito de vigilância [*droit de regard*] da profissão sobre si própria, é o controlo do jornalismo pelos jornalistas (cit. em Ruellan, 1997a: 79-80).

⁴¹ O próprio presidente do Sindicato dos Jornalistas, Georges Bourdon, foi escolhido para vice-presidente da Comissão da Carteira Profissional, no mandato inicial, tendo até assumido a sua presidência logo no ano seguinte, 1937, na sequência do falecimento do primeiro presidente (Delporte, 1995).

O que assim se enunciava no plano dos princípios não terá tido, porém, tradução tão linear na prática. Cedo se verificou que a Comissão da Carteira pouco mais longe ia do que até à outorga ‘administrativa’ dos títulos profissionais, a partir da verificação das condições formais exigidas pelo Estatuto de 1935. Algumas vezes terá tentado alargar o seu espaço de actuação, tomando decisões de recusa de títulos por motivos éticos e deontológicos (o tal propósito de moralização que subjazia, teoricamente, à sua criação), mas viu essas iniciativas quase sempre desautorizadas pela comissão judicial superior a que os insatisfeitos podiam legalmente apelar. Por outro lado, o SNJ – que sempre gostava de se afirmar não só como um sindicato “de defesa”, mas também um sindicato “de disciplina”, associando às reivindicações materiais o propósito de salvaguarda e valorização da “dignidade profissional” – decidiu criar igualmente uma Comissão Disciplinar no seu seio, para poder contribuir para uma maior exigência moral dos profissionais. Não obstante, quer de uma banda, quer de outra, o sistema foi revelando as suas fragilidades e insuficiências, podendo dizer-se que desde sempre – e até aos nossos dias, como foi exemplo a polémica, em Portugal, sobre alterações ao Estatuto do Jornalista propostas pelo Governo de maioria do Partido Socialista, na segunda metade do ano de 2005 e durante todo o ano de 2006 – a questão de um efectivo e consequente controlo dos jornalistas em matéria deontológica se manteve mais ou menos em aberto.

2.3.3. - Profissão aberta, território fechado

Apesar de todas as dúvidas e imperfeições, a verdade é que este conjunto de leis em 1935-36, em França, acabou por permitir ao grupo profissional dos jornalistas – representados por uma estrutura sindical a quem os poderes político e económico, na prática, reconheceram competência e legitimidade para falar por todos – assegurar meios de controlo e gestão do seu mercado específico de trabalho e, de algum modo, fechá-lo. Pesem embora as referências do SNJ a um segmento do mercado de trabalho “**protegido**” e não “**fechado**”, o certo é que não falta quem, como Denis Ruellan, considere que com estas iniciativas se concretizou, de facto, o “fechamento da *fronteira* jornalística”, no cabo de um “processo de estruturação e de controlo do território” (Ruellan, 1997a: 117) que vinha de trás. Tal fechamento teve, apesar de tudo, um carácter mais simbólico do que efectivo, uma vez que traçou a linha separadora entre os profissionais “legítimos” e os “ilegítimos” (detentores e não detentores de carteira profissional) mas, na prática, não impediu que muitos não-encartados continuassem a ser presença regular nas páginas dos jornais. Contribuiu, isso sim, para alguma discriminação, pois de muitos continuou a

aproveitar o trabalho mas vedou-lhes as contrapartidas – de estatuto social e jurídico, de remuneração, de protecção laboral e legal – reservadas apenas aos profissionais encartados e institucionalmente reconhecidos⁴². No fundo, o “profissionalismo erigido em dogma” acabou, em termos institucionais, por não deixar lugar na profissão para “aqueles que não podem responder aos critérios sócio-económicos da lei” (Ruellan, 1997a: 118).

O facto de a delimitação do território profissional ter sido aqui conseguida pela via jurídica e não pela via da formação académica ou de um diploma, como no caso de outras profissões, ocorreu porque esta última via se considerava menos consentânea com o “**carácter aberto**” de uma profissão, como o jornalismo, que dá corpo ao exercício do direito universal à liberdade de expressão e que como tal se queria preservar. Isso não significou, todavia, que os jornalistas não tivessem continuado – até por razões de credibilidade externa e, sobretudo, de legitimação social – a defender a utilidade de escolas especificamente voltadas para o ensino do jornalismo, que neste período vão continuando a desenvolver-se, depois das experiências embrionárias do início do século. Dá-se até o caso de, em França, o próprio sindicato se ter envolvido directamente na criação de uma instituição de formação – o Centro de Formação de Jornalistas, nascido em 1929, cuja vocação mais genérica era “fundar uma ciência da imprensa” e dar-lhe lugar no contexto das ciências sociais, mas percebendo-se também que tal objectivo científico “devia contribuir para elevar o estatuto social dos *media* e dos seus actores” (Ruellan, 1997a: 91)⁴³. Em 1937, e de novo com uma participação central dos responsáveis sindicais, é criado um Instituto de Ciência da Imprensa no seio da Universidade de Paris, um projecto mais ambicioso, voltado para a documentação, a investigação e a edição, com óbvia importância simbólica para o próprio sindicato:

O fechamento estava assim concluído, com o SNJ a controlar o campo até à esfera universitária, tendo por único motivo o que o animava desde há quase um quarto de século: o

⁴² A exclusão de alguns trabalhadores do estatuto profissional não se restringia aos “amadores” ou aos “abusadores”: veja-se o caso dos profissionais de rádio que começavam a proliferar neste início do século XX, também no sector da informação, e aos quais não era reconhecido o estatuto de jornalistas. Em alguns países (Alemanha, Itália), surgiram leis específicas a impedir a difusão de notícias via rádio, ou pelo menos a obrigar ao respeito de umas horas de embargo, de modo a que os jornais pudessem noticiar primeiro os acontecimentos e não sofressem qualquer concorrência do meio nascente. Em Inglaterra, por exemplo, era vedado às rádios fazer comentários às notícias. A situação começou a mudar em 1937, em França, mas mesmo então os jornais radiofónicos tinham uma duração muito limitada e só podiam emitir-se em horários pré-negociados (Delporte, 1999).

⁴³ É significativa, a este propósito, a explicação do primeiro presidente do Centro, Stephen Valot, ao dizer que ele “não se propõe formar profissionais, mas determinar, pelos métodos que a ciência aplica aos outros fenómenos sociais, o lugar do jornalismo na sociedade contemporânea, as suas relações com os outros elementos que a constituem, as influências que exerce ou as que recebe” (cit. em Delporte, 1999: 282).

reconhecimento da sua legitimidade social enquanto grupo e agregado de indivíduos (...). A ciência acabava por caucionar o grupo, as suas reivindicações e a atenção privilegiada que a lei lhe tinha conferido (Ruellan, 1997a: 92).

E se, pelos motivos expostos, continuava a considerar-se que a possibilidade de acesso à profissão não devia estar condicionada pela obtenção de um diploma escolar – embora se insistisse progressivamente nas vantagens de alguma formação, menos por razões de aprendizagem técnica e mais por alargamento tanto de uma cultura geral como de uma capacidade de compreender a sociedade e de agir no seio dela com um sentido de responsabilidade baseado em valores profissionais –, o certo é que esta elevação do jornalismo à categoria de “ciência” contribuía decisivamente para o seu reconhecimento e legitimação, fazendo-o emparceirar com os saberes constituídos que a universidade supostamente caucionava e que se tornavam essenciais para a compreensão do mundo. Era, portanto, no que toca aos líderes sindicais, uma ambição que “ultrapassava largamente o quadro profissional” e que procurava fazer do jornalismo já não apenas “a consciência das sociedades democráticas”, mas “uma das suas matrizes” (Ruellan, 1997a: 93).

No quadro estritamente profissional, de facto, o SNJ não só não defendeu a obrigatoriedade de um diploma escolar para acesso à profissão, como continuava a insistir nas virtualidades da aprendizagem “na tarimba”, alimentando também a perspectiva que tendia a encarar o espaço colectivo da redacção de um jornal como, de algum modo, o “núcleo central da identidade” do jornalista (Delporte, 1999: 422). Abdicou, assim, de fazer a regulação e o controlo do grupo profissional por um percurso educativo, como era o caso de outras profissões, preferindo fazê-lo apenas pelo estatuto sócio-económico dos trabalhadores e pela aplicação dos respectivos critérios acolhidos na lei. Ora

ao privilegiarem esta concepção aberta do acesso à profissão, os jornalistas conservaram e tornaram positivos dois vectores da sua representação, essenciais à sua identidade: um ofício de criador, para além da condição de assalariado; uma actividade necessariamente livre, em nome do interesse colectivo (Ruellan, 1997a: 98).

Em suma, este período acabou por estabelecer algumas referências de grande alcance para os jornalistas, tal como se entendiam e queriam ser entendidos, quer quanto a alguns **conceitos**, quer quanto ao **desenho da profissão**.

No plano dos **conceitos**, sublinhe-se o “importante deslizar semântico” (Ruellan, 1997a: 103) do termo “profissional”, que à partida se referia a alguém que “faz profissão de” e, a partir de agora, designará “aquele que é legítimo no exercício da actividade e, no seguimento, aquele que é habilitado, logo competente” (*ibidem*). Aliás, o próprio processo de profissionalização traduzido no enquadramento jurídico concedido aos jornalistas não

era entendido da mesma maneira por todos os protagonistas: no espírito dos profissionais, era, de facto, “o instrumento de construção de um território profissional reservado”, enquanto os legisladores o encaravam mais como “um instrumento de protecção e de autonomia, fonte de virtude dos trabalhadores” (*ibidem*). O título formal então instituído – a Carteira Profissional de Jornalista – acaba por ser o instrumento visível desta legitimação, e que, de algum modo, “outorga” o próprio estatuto (ao contrário de processos mais habituais, em que um título é apenas a confirmação, a formalização, de um estatuto previamente obtido). Sinal público de reconhecimento profissional, instrumento facilitador do trabalho jornalístico, presumida garantia de um exercício digno e virtuoso da actividade, a Carteira Profissional acaba por se tornar não só um “instrumento de objectivação e de defesa de um mercado de trabalho”, mas também – o que não é nada desprezível, dado o que estava em causa neste processo de reconhecimento e legitimação social – um “instrumento de objectivação do território simbólico” dos jornalistas (Ruellan, 1997a: 129). O emblema da profissão, afinal: o seu sinal interno de reconhecimento, sim, mas sobretudo o seu “certificado de profissionalidade e de moralidade” (*ibid.*: 133).

Quanto à **profissão** em si, acabou por se assistir à construção de uma nova representação do jornalismo, com alguns vectores essenciais: o facto de o jornalismo não poder ser profissão legítima de qualquer um só pelo facto de escrever nos jornais; o carácter de trabalhador assalariado (mesmo especial) do jornalista e a sua obrigação de defender as condições laborais numa lógica de consciência colectiva; complementarmente, a reivindicação de um importante papel social alegadamente desempenhado por estes profissionais, à imagem de profissões liberais tão imprescindíveis (e prestigiadas) como as de médico ou advogado. Assim se tentou dar corpo à “ideia nova de um jornalismo menos autor e mais mediador, menos livre de constrangimentos mas, até por isso, merecedor de uma autonomia especial, necessária ao exercício do *métier*” (Ruellan, 1997a: 87).

2.3.4. - Avanços e recuos do caminho português

Se desenvolvemos mais extensamente o processo de afirmação profissional dos jornalistas em França, foi por entendermos que ele reúne em si os elementos essenciais (bem como as principais controvérsias e ambiguidades) do percurso deste grupo ocupacional até à legitimação político-jurídica e ao reconhecimento sócio-cultural que durante décadas buscou. Por isso, mas também pela influência dominante que exerceu sobre a generalidade dos países da Europa ocidental, entre os quais Portugal, o modelo francês afigurou-se-nos de algum modo exemplar a todos os níveis. Os resultados de

chegada não são muito diferentes daqueles que se atingiram no nosso país e os avanços e recuos do processo histórico cumprem, num caso como noutro, basicamente as mesmas etapas. Não obstante, as circunstâncias específicas de cada espaço nacional desfasaram muito, no tempo e no modo, os respectivos esforços de construção de uma comunidade profissional definida, autónoma e capaz de partilhar dimensões identitárias essenciais, tanto “para si” como para “o outro”.

Se, como vimos no momento histórico anterior, este processo tinha sido, em Portugal, condicionado por uma recorrente ausência de condições básicas de liberdade de expressão e de imprensa – interrompida a espaços mas logo retomada –, tudo se complicou ainda mais neste período de entre as duas guerras mundiais do século XX: num tempo em que, por força da industrialização e crescente massificação dos meios de comunicação social, se davam passos importantes para a construção da profissão de jornalista, a liberdade era de novo interrompida em Portugal, de modo ainda mais duradouro e mais intransigente. O regime de ditadura que o país sofreu a partir de 1926 (e com uma particular marca político-ideológica a partir de 1933) prolongou-se por quase meio século, atravessando as décadas em que, em França como em várias outras paragens, se estabeleciam as bases formais e reais da ‘nova’ profissão. Não espanta, assim, que os jornalistas portugueses tenham sido obrigados a esperar por 1974 para conseguirem algumas das conquistas que muitos dos seus parceiros começaram por conseguir nas décadas de 20 e 30 do século XX e continuaram a aperfeiçoar nos decénios do pós-guerra. Acrescendo a isso que as condições de partida, designadamente em termos sócio-económicos, eram bem mais frágeis no nosso país:

Noutros países, como em França (...), [a] industrialização da imprensa foi o motor da construção do jornalismo moderno nos termos que o conhecemos hoje e, principalmente, foi a impulsionadora de movimentos, discussões e organizações que culminaram na profissionalização do jornalista e na construção de uma comunidade profissional autónoma. No caso português, os baixos índices de leitura, a fraca dimensão económica das empresas jornalísticas e a inexistência de liberdade de expressão e de liberdade de imprensa, confirmam uma realidade social bem diferente que naturalmente terá influenciado a profissionalização dos jornalistas portugueses (Sobreira, 2003: 12).

Há, no caso português, algumas **semelhanças** com estes outros processos que importa realçar, e há também um conjunto de **diferenças** – para além da diferença essencial, já citada – que vale a pena assinalar⁴⁴.

⁴⁴ Se, para o período anterior, a obra de Tengarrinha (1989) continua a ser a referência incontornável nos estudos sobre a imprensa e sobre os jornalistas, para este período (e para o seguinte, até 1974) seguimos de perto sobretudo os

Tal como em França, também os jornalistas em Portugal cedo entenderam que a dignificação do novo ofício passava por uma alteração substancial das suas condições materiais de vida e de trabalho, muito precárias de facto e totalmente desreguladas de direito. Consonante com os ventos de além-fronteiras, e num contexto ainda anterior à ditadura, já em 1925 o recém-constituído Sindicato dos Profissionais da Imprensa de Lisboa – resultante da transformação, ou re-denominação, da Associação de Classe dos Trabalhadores da Imprensa de Lisboa, criada em 1904 (Valente, 1989) – tentara debalde negociar com os patrões da indústria de jornais um Contrato Colectivo de Trabalho (CCT). O já citado inquérito promovido pelo Bureau Internacional do Trabalho (BIT), nessa mesma altura (1925-1928), era bem elucidativo quanto à situação dos jornalistas portugueses: dos cerca de 300 existentes à época⁴⁵, afirma-se que “talvez só 30 vivem exclusivamente da profissão”; os problemas considerados mais graves eram “a exiguidade de salários e a necessidade de independência no trabalho jornalístico”; referia-se ainda que “não se encontram em Portugal, quer na legislação quer no uso, vestígios de contratos de trabalho para jornalistas, nem individuais nem colectivos” e que “não há em Portugal nenhuma lei ou diploma oficial regulamentando as condições de trabalho dos jornalistas. Nem sobre a duração do trabalho, nem sobre o trabalho de noite, nem sobre o descanso semanal (não há semana inglesa), nem sobre férias, nem sobre condições de higiene” (cit. em Valente, 1989: 136-137 e 140).

Mas, ao contrário dos trabalhadores da tipografia, com uma consabida tradição de luta e que já em 1919 haviam conseguido, coisa raríssima para a época, um CCT, os jornalistas não chegaram a bom porto e só conseguiram retomar estes esforços reivindicativos em 1941. Mas as condições tinham-se alterado dramaticamente: com a “nova ordem” estatuída por Salazar em 1933 e com a doutrina do Estado corporativo alargada a todas as esferas de actividade, viram-se obrigados a dissolver o anterior sindicato e a integrar-se num novo e único permitido – o Sindicato Nacional dos

trabalhos de Sobreira (2003) e de Valente (1989), e ainda o de Veríssimo (2003), por serem os que, entre nós, mais especificamente se propuseram abordar (nos planos legal, associativo e sindical) os percursos dos jornalistas enquanto grupo profissional em busca da sua afirmação.

⁴⁵ E eram quase só homens, estes 300 jornalistas. O relatório do BIT adianta que a profissão em Portugal, nesses anos 20, era tipicamente masculina: “O número das senhoras jornalistas é muito reduzido e a proporção em relação aos homens é de 2 por cento” (cit. em Valente, 1989: 135).

Jornalistas, nascido sob os auspícios de António Ferro⁴⁶ – cujos estatutos obrigavam, por exemplo, ao repúdio da luta de classes, à subordinação aos interesses da economia nacional, à colaboração com o patronato e com o Estado, e ao “respeito absoluto pelos superiores interesses da Nação”, com proibição de filiação em organismos internacionais ou até de participação em congressos “sem autorização do Governo” (cit. em Valente, 1989: 165). Além de que a Direcção do sindicato tinha, naturalmente, que ser homologada (quando não nomeada, como chegou a suceder) pelo órgão da tutela: o Ministério das Corporações. As negociações do SNJ com o Grémio da Imprensa Diária acabam por levar à assinatura de um contrato colectivo só em 1951, sendo certo que logo em 1952 se reclamava a sua revisão – que teve de aguardar até 1966 (e uma ulterior revisão só ocorreu em 1971). Era um tempo em que todas estas *démarches* se desenvolviam muito devagar – e muito tuteladamente.

Ainda assim, em 1943 fora, finalmente, publicada a primeira lei que em alguma medida regulamentava o exercício da profissão e que, entre outros aspectos, definiu uma primeira tabela salarial e estabeleceu possibilidades de acesso a serviços de previdência e de reforma. Era algo que se considerava muito importante, não só para dar alguma segurança e estabilidade à profissão como para, através dessa melhoria, conseguir atrair ao jornalismo pessoas com interesse e valor, mas que dificilmente trocariam empregos mais estáveis por uma “carreira de puro sacrifício”, como então dizia um dirigente sindical (cit. em Sobreira, 2003: 88). Apesar dos seus pontos positivos, esta lei não toca em aspectos particularmente sensíveis e específicos da profissão de jornalista, como por exemplo a “cláusula de consciência” – essa, sim, uma marca distintiva do carácter excepcional, e derogatório do direito laboral comum, que os franceses tinham conseguido em 1935.

Uma tentativa incipiente do Sindicato para, de algum modo, controlar o acesso à profissão – para a qual, nos termos do CCT assinado em 1951, não era requerida qualquer qualificação específica, além da idade mínima de 18 anos e da submissão a um período de dois meses de experiência – surgiu no Contrato Colectivo revisto em 1966. Aí se concedia ao SNJ o direito de concordar ou não com a admissão de novos candidatos, embora se previsse também a possibilidade de recurso para uma Comissão de Avaliação tripartida

⁴⁶ O sindicato corporativo dos jornalistas não só nasceu sob os auspícios de António Ferro, como acabou por ser presidido por ele entre 1934 e 1937 (Veríssimo, 2003: 56). E merece ser assinalada a circunstância bizarra de a organização sindical dos jornalistas ter, à sua cabeça, um homem que era simultaneamente o presidente do Secretariado da Propaganda Nacional do regime ditatorial de Salazar...

(com representação de jornalistas), sob a égide da Corporação da Imprensa e Artes Gráficas. Este envolvimento do grupo profissional no controlo do acesso ao emprego, que se pode ler como uma tentativa de construir o “mercado fechado de trabalho” tão característico das estratégias profissionais típicas (ver capítulo anterior), foi ainda refinado na revisão do CCT de 1971, quando se consignou que a dita Comissão de Avaliação fizesse “um questionário de cultura geral” e ordenasse “a realização de uma reportagem no exterior” para decidir em definitivo se determinado candidato era ou não aceitável para a profissão (Sobreira, 2003: 80).

2.3.5. - Hesitações no modelo de formação

Quer como sinal dos tempos, quer por força dos exemplos que se multiplicavam no estrangeiro, começavam a problematizar-se de modo cada vez mais insistente (sobretudo a partir dos anos 1960) as questões da **formação** específica /escolar dos futuros profissionais e da necessidade de criar instituições ou cursos dedicados a esse efeito. Nada disso tinha ainda surgido em Portugal – embora já trabalhassem no país profissionais com cursos de jornalismo frequentados em França ou Espanha, e cujos testemunhos públicos contribuíam para reforçar essa necessidade. A justificação de fundo estava, mais uma vez, na vontade de dignificar a profissão e os profissionais, considerando-se o amadorismo um “factor de desprestígio” (Sobreira, 2003: 154) que conviria ultrapassar. Era o que dizia o jornalista Mário de Matos Lemos em 1964, preocupado com o “baixo nível das redacções”:

O recrutamento para as redacções dos jornais é feito no estilo do rapazinho que não quis ou não pôde acabar o curso dos liceus ou superior. Surgem, assim, nas redacções um bom número de falhados que enveredam pelo jornalismo porque não sabem fazer mais nada do que escrever, geralmente em mau português, e mais nada lhes pedem (cit. em Sobreira, 2003: 154).

Não obstante, foi só depois do 25 de Abril de 1974 (mais de oitenta anos passados sobre a primeira experiência de criação de uma escola de jornalismo em França e quase um século sobre idênticas iniciativas nos EUA) que surgiram, em Portugal, os primeiros cursos de formação regulares desta área, no âmbito do ensino superior. Embora a relevância de uma preparação escolar específica para o processo de profissionalização dos jornalistas (e até para a criação de um maior “espírito de corpo”) sempre tivesse sido, cá como lá, objecto de muitas e acesas polémicas junto dos próprios pares⁴⁷, a verdade é que

⁴⁷ Entre outras possíveis, recorde-se, a este propósito, a sentença de Bento Carqueja, histórico director de *O Comércio do Porto*, dizendo em 1941 que “assim como não há escolas de poesia, também não as pode haver de formação de jornalistas” (cit. em Sobreira, 2003: 146). Mas contraponha-se-lhe também a de outro profissional, Mário de Matos

em Portugal este domínio se ficou quase sempre pelas intenções. Porque havia intenções, e antigas: logo na altura da transformação da Associação de Classe em Sindicato dos Profissionais da Imprensa de Lisboa, nos idos de 1924, se inscrevera como um dos seus objectivos “pugnar pelo estabelecimento de uma escola de jornalismo” (Sobreira, 2003: 49). Isto para não falar do facto de este tema do ensino do jornalismo ter sido um dos mais insistentemente referidos no Congresso Internacional da Imprensa realizado em Lisboa, em 1989, com uma activa participação dos portugueses.

Mais do que intenções, chegou até a haver projectos: em 1941, o SNJ propôs ao Governo a criação de um “Curso de Formação Jornalística”, com o objectivo assumido de contribuir para a “dignificação da imprensa” através da “valorização profissional dos jornalistas” e do “elevar do [seu] nível de cultura até aos limites exigidos pela missão que desempenham na vida portuguesa” (cit. em Correia & Baptista, 2005: 239). Seria um curso de dois anos, a ministrar inicialmente no próprio sindicato, mas que se desejava depois assumido pelas estruturas do Ministério da Educação. A intenção, porém, ficou esquecida nas gavetas do poder. De resto, o próprio grupo profissional daria mostras de um empenho bastante relativo (e desigual) quanto a estes assuntos:

Nos anos 40, a formação profissional dos jornalistas era vista como uma forma de elevar o nível intelectual e moral dos jornalistas, mas não directamente como um meio de construção ou reforço de uma cultura jornalística forte e personalizada (Sobreira, 2003: 150).

Contudo, a ideia não morreu e, nos anos 1950, o sindicato voltava a insistir com o Governo para que algo fosse conseguido – e já, claramente, num contexto de ensino superior (adstrito à Faculdade de Letras), até porque constatava que só uma escassa minoria de países ainda não tinha posto de pé estabelecimento semelhante. As preocupações reforçam-se nos anos 1960, quando vão chegando ao jornalismo pessoas mais jovens e cada vez mais com cursos (ou frequência) superiores, e o próprio ambiente circundante, no plano social e político, anda cioso de mudança. Acaba mesmo por se organizar, em 1962, no Instituto Superior de Estudos Ultramarinos, um curso de formação jornalística sob a forma de ciclo de conferências. E, em 1966, o jornal *Diário Popular* decide fazer, nas suas instalações e sob sua única responsabilidade, um pequeno curso destinado a colmatar as insuficiências técnicas e culturais dos jovens aspirantes a

Lemos, que em 1964 já revelava uma sensibilidade diversa: “É praticamente impossível explicar a muitos dos velhos profissionais que se nasce tanto jornalista como médico ou advogado. A prática é indispensável mas o conhecimento teórico é pelo menos tão indispensável como aquela. (...) Seria alguma vez um enfermeiro, com 20 anos de prática, um bom médico?” (*ibid.*: 155).

jornalistas – uma iniciativa preocupada, também, em “resolver o problema de recrutamento de [novos] jornalistas para o próprio jornal” (Correia & Baptista, 2005: 247).

Em 1968 é o próprio SNJ a promover o “I Curso de Jornalismo”, com tal sucesso (200 inscritos, todos sócios do sindicato, pois outros não podiam inscrever-se) que até acaba por ser ministrado também por correspondência, para os interessados do Porto, da província e do Ultramar (Sobreira, 2003). Subordinado ao tema geral “A Informação e as suas Técnicas”, o curso, ministrado durante dois meses em horário pós-laboral, tinha um carácter eminentemente técnico e devia ser leccionado basicamente por jornalistas, embora acabasse por incorporar também componentes teóricas de âmbito mais largo, ministradas por diversos especialistas (Correia & Baptista, 2005: 235). O Sindicato há-de falar dele como “um primeiro passo para a oficialização de um nível de habilitações literárias e técnicas exigidas aos futuros jornalistas do nosso país” (cit. em Sobreira, 2003: 155). O certo é que o poder ditatorial não parecia muito interessado em tais progressos e os governos de Salazar e Marcelo Caetano foram deixando no esquecimento diversos projectos de cursos desta especialidade – entre eles, um da Faculdade de Letras de Lisboa e um outro do Instituto de Ciências Sociais e Políticas Ultramarinas.

Já na década de 1970, e quando o Sindicato assumia sem hesitações a necessidade de apostar na formação – dizia o seu então presidente que já “[passara] à história a ideia de que os bons jornalistas nascem feitos”, acrescentando-lhe o jornalista Costa Carvalho que “o jornalista nasce, mas para ser feito” (cit. em Sobreira, 2003: 158) –, ganhou forma a iniciativa mais estruturada no sentido de promover a criação de um Curso Superior de Jornalismo em Portugal.

O que diferencia este projecto dos anteriores é, por um lado, a sua maturidade, e, por outro, a preocupação em o filiar nas experiências de ensino do jornalismo que se praticavam no estrangeiro (Correia & Baptista, 2005: 250).

Uma comissão de jornalistas, integrando alguns que se haviam diplomado no estrangeiro, preparou um projecto ambicioso de formação de licenciados e bacharéis, num Instituto Superior de Ciências da Informação a criar, e entregou-o ao Ministério da Educação em 1971. Ficou novamente na gaveta. O mesmo não sucedeu, porém, a uma iniciativa oriunda do sector privado, mais concretamente do Instituto Superior de Línguas e Administração (ISLA), que teve toda a abertura e simpatia do poder para criar, em 1971/72, aquela que se pode considerar “a primeira escola de jornalismo em Portugal” (Correia & Baptista, 2005: 254). Patrocinada pelo Grupo Quina, um dos mais poderosos grupos económicos do país (proprietário, de resto, das empresas editoras do *Diário*

Popular e do *Jornal do Comércio*), iniciou um Curso Superior de Jornalismo em 1973 – que, contudo, acabou por não ter grande sucesso nem continuidade, desde logo pelas vicissitudes ligadas à revolução de Abril de 1974, que alterou totalmente o “curso normal” das coisas no país. E foi só em 1979, “décadas depois do que já acontecera na generalidade dos países europeus” (Correia, 1995: 53), que foi possível assistir à criação, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa – uma escola superior pública –, da primeira licenciatura em Comunicação Social do país⁴⁸.

Todos estes atrasos, hesitações e dificuldades, no que toca à implementação de um modelo de formação especializada de nível superior para os jornalistas não podem, afinal, deixar de ser interpretadas à luz dos condicionamentos políticos vigentes durante décadas:

Se há uma relação estreita entre o sistema mediático em Portugal e o desenvolvimento político-histórico do país, essa conexão é particularmente óbvia no modo como a formação em jornalismo se desenvolveu. Com efeito, a ditadura política teve sempre uma forte influência negativa na área cultural, em geral, e na educação em particular (Pinto & Sousa, 2003: 174).

Noutra área-chave para o processo de afirmação e autonomização profissional – o da **ética** e da **deontologia** –, é também só depois do 25 de Abril que os jornalistas portugueses (em parte por culpa própria, não só por boicote alheio) estabelecem o quadro de referência que se obrigam a respeitar e que apresentam publicamente como o seu ‘contrato de responsabilidade’ para com a sociedade que dizem querer servir de modo competente, sério e digno. As preocupações éticas, em Portugal como em França, faziam parte dos propósitos das primeiras associações criadas pelos jornalistas⁴⁹. Mas, ao contrário dos franceses, que logo em 1918 estabeleceram uma espécie de “decálogo” com as normas básicas de uma boa conduta deontológica (e outros mais antigos já tinham sido elaborados logo nos primeiros anos do século XX, fosse na Suécia ou em certos Estados dos EUA – ver Capítulo V), os jornalistas portugueses só o fizeram efectivamente em 1976. Tinham prometido um código já nos estatutos do novel Sindicato corporativo de

⁴⁸ É curioso notar como, em duas ditaduras próximas, esta questão foi resolvida de modos opostos: enquanto Salazar, em Portugal, inviabilizou todas as iniciativas de formação académica de jornalistas, porventura com medo de profissionais mais bem preparados e cultos, Franco optou, em Espanha, pela criação, a partir do Estado, de uma escola oficial de jornalismo, definindo-a como a única via possível de acesso à profissão – o que significava uma maneira também de controlar os *media*, controlando os que neles poderiam exercer actividade, bem como a sua formação (Sobreira, 2003).

⁴⁹ A pioneira “Associação de Jornalistas e Escritores Portugueses”, criada em 1880, propunha-se “elevar o nível da imprensa” (cit. em Valente, 1989: 22) e a sua congénere nortenha, a “Associação de Jornalistas e Homens de Letras do Porto”, nascida em 1882, era mais específica ao pretender “empenhar-se em elevar o nível intelectual e moral da imprensa” (*ibid*: 22).

1934 – onde se propunham, por exemplo, “defender a independência moral dos jornalistas” e “fazer observar as regras deontológicas” em preparação (Valente, 1989: 51)⁵⁰ –, deixaram cair essa promessa na revisão estatutária de 1941, e retomaram-na na revisão seguinte de 1962, quando criaram até um Conselho Técnico e de Disciplina que se encarregaria da tarefa. Mas só em 1973 lançaram decididamente mãos a essa obra e acabaram, enfim, por fazer um projecto de código deontológico. Aí, contudo, voltou a sobrepor-se compreensivelmente a situação de falta de liberdades fundamentais no país: chamada a pronunciar-se sobre a matéria, a Assembleia Geral do sindicato recusou-se a aprovar o documento, por entender que a extinção da censura era condição *sine qua non* para a efectiva responsabilização dos jornalistas e, portanto, para a assunção de um código deontológico (Sobreira, 2003). Como se dizia no projecto, “a deontologia profissional pressupõe a responsabilidade do jornalista, a qual só existe quando e onde existir liberdade” (Pina, 1997: 43). Uma liberdade que viria apenas com a Revolução de Abril.

O facto de não ter sido elaborado qualquer código de conduta não significa que as preocupações de ordem deontológica tenham estado ausentes de todo o percurso dos jornalistas nas décadas anteriores. À falta de outros mecanismos, algumas cláusulas desse âmbito (quer direitos, quer deveres) constaram dos contratos colectivos de trabalho que iam sendo negociados, logo desde a versão de 1951 (onde já foi colocada, embora em termos muito genéricos, e mais “de dever” do que “de direito”, a questão do sigilo profissional do jornalista – que haveria de ser claramente consignada no CCT de 1971, e logo repercutida na lei de imprensa de 1972) e ainda mais na revisão de 1966, quando ficou estabelecido o princípio da incompatibilidade da actividade jornalística com a actividade publicitária (Sobreira, 2003: 140). No plano do discurso, entretanto, a preocupação com a responsabilidade moral quer da imprensa, quer dos profissionais, bem como a necessidade de observância dos grandes princípios de verdade, de objectividade, de rigor, de honestidade ou de independência, pontuava regularmente os escritos dos jornalistas – como é patente na revista “*Jornalismo*”, editada pelo SNJ –, mas sem tradução prática na concretização dos seus instrumentos de regulamentação e controlo.

⁵⁰ Estes estatutos do SNJ são curiosos porque, dada a ausência de outros instrumentos (legais ou contratuais) regulamentadores, e dado também o propósito muito ‘totalizante’ da filosofia subjacente à organização corporativa do trabalho, eles acabavam por ter preceitos de diferentes ordens: de ordem moral, de ordem cultural (cursos, bibliotecas) e de ordem económica e social (assistência, previdência, etc.). Mas tudo, naturalmente, subordinado ao “interesse superior da colectividade nacional”, como mandava a nova filosofia do Estado (Valente, 1989: 51-52).

No contexto dos debates éticos e deontológicos, um tema de que os jornalistas portugueses também não se alhearam foi, naturalmente, o da eventual criação de uma Ordem, à imagem das profissões liberais. O assunto mantém-se em aberto até aos dias de hoje, tendo até sido objecto de um referendo promovido pelo Sindicato dos Jornalistas no seio da comunidade profissional, já nos anos 1980, e cujo resultado foi a recusa, por esmagadora maioria, da criação dessa estrutura representativa. Tal não impede que continuem a existir alguns profissionais para quem esse modo de organização do grupo – e, sobretudo, de controlo deontológico auto-regulado – é o mais aconselhável. A este assunto a voltaremos no próximo capítulo.

O facto de os jornalistas por diversas vezes terem debatido esta questão, no período histórico que estamos a percorrer (e no qual procuraram forjar os elementos institucionais e jurídicos de enquadramento autónomo da profissão), “revela a necessidade que (...) sentiam em se organizarem como ‘comunidade profissional’ autónoma” (Sobreira, 2003: 61), encarando a Ordem como a forma alegadamente mais “digna” e mais “nobre” de o fazer para, assim, ascenderem ao estatuto das ‘profissões estabelecidas’. O certo é que, por falta própria ou por insuficiente abertura superior (num tempo em que, vale a pena insistir, tudo em Portugal estava dependente de ‘autorização superior’), a ideia não foi para diante, até porque não recolhia a unanimidade das opiniões. Curiosamente, há algumas informações – embora citadas “em segunda mão” – que sugerem que, nos anos 1940, teria sido o próprio Salazar a propor uma estrutura desse tipo para os jornalistas. O célebre jornalista e director do *Diário de Lisboa*, Alfredo Cunha, defendendo em 1941 a criação de uma Ordem dos Jornalistas como estrutura “disciplinadora e orientadora”, dizia que a ideia teria a seu favor a “opinião autorizadíssima e o incitamento espontâneo” (cit. em Sobreira, 2003: 80) de Salazar, citando o que o ditador teria dito, três anos antes, numa entrevista concedida a António Ferro, então director do Secretariado de Propaganda Nacional e presidente do Sindicato Nacional dos Jornalistas. Isto teria dito Salazar:

O jornal é o alimento espiritual do povo, e deve ser fiscalizado como todos os alimentos. Compreendo que essa fiscalização irrite os jornalistas, porque não é feita por eles, porque se entrega esse policiamento à censura, que também pode ser apaixonada, por ser humana, que significará sempre, para quem escreve, opressão e despotismo. Mas vou oferecer-lhes uma solução para esse problema, para esse aspecto da questão: por que não se cria uma Ordem dos Jornalistas, como se criou uma Ordem dos Advogados? Dessa forma, o papel moralizador da censura passaria a ser desempenhado pelos próprios jornalistas e dentro da sua classe. Não lhe parece uma boa sugestão? (cit. em Sobreira, 2003:62, *apud* Alfredo Cunha).

Admitindo a fidedignidade do relato, registre-se a intenção subtil de transpor para uma estrutura autónoma dos jornalistas o ónus negativo da censura, como que

‘disfarçando’ a perversidade da sua própria existência e, assim, de algum modo a legitimando com a colaboração dos próprios afectados. Postas as coisas nestes termos, não espantará que o que para alguns era um claro impulso (para mais vindo de quem vinha a tal opinião “autorizadíssima”) à instituição de uma Ordem seria, para outros, precisamente a prova de que convinha evitar por todos os meios tal caminho.

Um último elemento que, em França, muito contribuiu (em termos reais como, sobretudo, simbólicos) para a dignificação da profissão foi a instituição de um **título profissional**. Também em Portugal se criou uma Carteira de Identidade para os jornalistas – melhor, inicialmente para os “profissionais de imprensa” –, mas o processo pouco teve a ver com o dos congéneres franceses e os seus efeitos em nada se aproximaram daquele. Desde logo, tratou-se de uma iniciativa exclusivamente sindical (e não decorrente de um Estatuto Profissional com a força de uma lei inovadora e ambiciosa, aprovada pelo Parlamento), oriunda do Sindicato dos Profissionais da Imprensa de Lisboa, em 1924, e que no essencial se destinava a facilitar a circulação e acesso aos locais onde se desenrolavam eventos noticiáveis, além de conceder alguns descontos em alojamentos, refeições e transportes.

O seu regulamento e denominação hão-de ser alterados em 1934, já na vigência do “corporativo” Sindicato Nacional de Jornalistas – e passa a outorgar-se a Carteira de Identidade de Jornalista, que em 1941 muda mais uma vez de nome, desta feita para Carteira Profissional de Jornalista. O que poderia parecer uma ambição mais determinada no sentido do seu uso como elemento distintivo do profissionalismo – por oposição a amadorismo – não o é de facto, muito embora ela passe a não ser dada aos directores de jornais nem aos colaboradores ou correspondentes, nem aos jornalistas da imprensa regional e local não diária, nem sequer aos jornalistas da rádio: fica exclusivamente para os jornalistas que, sendo filiados no sindicato, estejam em actividade há mais de um ano na imprensa **diária** – o que tem, aliás, o efeito suplementar de praticamente só abranger profissionais de Lisboa e do Porto, as cidades onde se concentravam os jornais diários. Sindicalizar-se (e ter acesso aos benefícios complementares de circulação e acesso, de descontos ou de assistência na doença e na reforma), nestas condições, “não era um direito, era um privilégio”, para usar o comentário recente da jornalista Maria Antónia

Palla (cit. em Sobreira, 2003: 34)⁵¹. A vontade do Sindicato de ir actualizando o regulamento da Carteira Profissional (um processo sempre dependente, como quase tudo, de morosas autorizações da tutela) batia-se com tais dificuldades que, não o tendo conseguido fazer aquando de uma revisão estatutária em 1962, se viu na situação de bloqueio puro e simples da concessão de novos títulos profissionais – algo que só foi possível ultrapassar já depois do 25 de Abril de 1974.

2.3.6. - As ambiguidades de uma identidade fluída

Em suma, podemos dizer que, neste momento histórico, também os jornalistas portugueses acompanharam e desenvolveram (à sua medida e na sua circunstância) os grandes debates que confrontavam uma comunidade profissional recentemente constituída, na prática, com a necessidade de se ver organizada, legitimada, reconhecida – e valorizada. Embora não tenham atingido neste período – ao contrário de outros, noutros países – os resultados concretos que almejavam, e que um contexto de privação de liberdade obrigou a adiar por algumas décadas, empenharam-se nas reflexões principais que se colocaram, sobretudo, a dois níveis:

- o da ‘separação de águas’ entre quem é e quem não é profissional deste ofício, e que tipo de denominação e/ou título pode reivindicar para fazer jus a uma desejada clarificação;
- o da ambiguidade persistente entre um estatuto profissional de algum modo ligado ao dos profissionais liberais e criadores intelectuais ou outro mais ‘proletário’, típico dos assalariados que vendem a sua força de trabalho a um patrão, no contexto organizativo de uma empresa industrial que busca o lucro.

A simples observação da designação das associações em que os jornalistas se foram integrando mostra como o processo de afirmação autónoma seguiu etapas diversas: começaram por se juntar aos escritores e aos “homens de letras” (como seria lógico na esteira da tradição da “imprensa de opinião” pré-industrial), passaram depois a designar-se “profissionais da imprensa” (o que os juntava a uma grande diversidade de ofícios, desde o

⁵¹ A concessão de direitos profissionais semelhantes aos de qualquer jornalista àqueles que exerciam a sua actividade nos territórios do então Ultramar, bem como aos jornalistas da imprensa desportiva, só se conseguiu na década de 1960, e mesmo assim com aspectos por resolver no tocante ao acesso à previdência e à reforma. Só nessa altura, com efeito, se lhes concedeu a possibilidade de serem sócios efectivos do Sindicato Nacional de Jornalistas – condição necessária para poderem aceder às tais ‘regalias’ (Sobreira, 2003).

director do jornal ao revisor de provas), trocaram em seguida, ainda enquanto “profissionais da imprensa”, a forma organizativa “associação” pela forma “sindicato” (o que mais claramente os posicionava num ambiente laboral reivindicativo de trabalhadores *versus* patrões) e assumiram, finalmente, o enquadramento no seio de um Sindicato Nacional de Jornalistas. Mesmo aqui, porém, restringiram durante larguíssimo tempo o acesso à categoria – e respectivos benefícios, tanto materiais como simbólicos – a quem trabalhava com carácter permanente apenas na imprensa diária, o que acabou até por suscitar, nos anos 30, o surgimento de um fugaz Sindicato da Pequena Imprensa e Imprensa Regional⁵². E um dos objectivos desta estrutura paralela era, como não espantará, a outorga de uma “carteira de identidade” jornalística a quantos trabalhavam nesta pequena imprensa e, por isso, estavam impedidos de aceder ao título profissional, por assim dizer, legítimo (afinal, eram considerados “amadores”).

Aliás, já antes, aquando da criação da Associação dos Jornalistas e Escritores Portugueses, em 1896 (e que consistiu numa espécie de reformulação da pioneira Associação dos Jornalistas e Escritores Portugueses, lançada anos antes, em 1880), nasceu quase de imediato (1897) uma Associação da Imprensa Portuguesa, pois se entendia que o carácter “elitista” da primeira afastava muitos novos profissionais – desde logo os repórteres, os informadores, os desenhadores, que começavam a proliferar nos jornais, e que estavam bem menos cotados do que os redactores, os escritores ou os críticos, quer em termos de opinião pública, quer em termos de opinião junto dos pares. Esta última associação, menos “aristocrática” que a anterior, cobrava sintomaticamente quotas bastante mais baixas e, numa lógica próxima da sindical, dizia-se mais preocupada com os trabalhadores mais modestos da imprensa. Estes, entenda-se, não eram apenas os repórteres, os informadores, os revisores ou os ilustradores; eram também aqueles jornalistas que, por opção baseada numa consciência particular das características do novo *métier*, decidiam juntar os seus esforços não aos escritores ou a uma elite porventura saudosista de um tempo dos jornais que começava a ficar para trás, mas aos assalariados que com eles dividiam as tarefas de feitura dos diários “industriais”.

Esta é, pois, uma divisão que não ‘separa as águas’ apenas entre quem é ou não é jornalista, mas também no interior da própria comunidade dos jornalistas, conforme eles se

⁵² A estas movimentações não terá sido estranha a mão de Rolão Preto, bem como do Movimento Nacional Sindicalista em que se integrava, mas que acabou por não ter grande sequência só pela circunstância de logo em 1933 ter chegado o Estado corporativo e, com ele, a obrigatoriedade de sindicatos únicos (Valente, 1989).

sentem mais “liberais e artistas” ou mais “operários e técnicos”. Eram duas concepções que se confrontavam (e se confrontam) desde sempre:

Por um lado, aqueles que faziam do jornalismo um modo de vida pretendiam fazer das associações um instrumento de reivindicação dos seus interesses profissionais e materiais; por outro, aqueles para quem o jornalismo não era mais que uma tribuna para os seus ideais, viam as associações como locais de discussão e de tertúlia (Sobreira, 2003: 64).

Tais diferenças de sensibilidade ajudam a compreender por que motivo foi sempre relativamente difícil juntar os jornalistas em organizações globais e fortes, mesmo tratando-se de reivindicar a melhoria de condições de vida e de trabalho. O problema não estaria nos **fins** a prosseguir, que todos compartilhariam, mas nos **meios** a utilizar. Em função do seu posicionamento de base, uns não tinham pejo em adoptar os instrumentos reivindicativos dos trabalhadores manuais, ou até em fazer corpo com eles, enquanto outros, “considerando o seu individualismo e antipatia perante todo o género de organizações como um dos traços característicos do estatuto dos trabalhadores intelectuais”, e “desejosos de manter o que julgavam ser a marca de uma classe social” (Valente, 1989: 38), acabavam por recusar métodos que julgavam “incompatíveis com a profissão” – tal como eles a entendiam, claro. Estas idiossincrasias particulares notavam-se no seu seio e na proliferação das associações, como também na sua acção concreta:

Os jornalistas portugueses viram na contratação colectiva um meio para conseguir a tão ambicionada ‘dignidade’ material e moral para a profissão. A sua concretização não foi, contudo, pacífica entre [eles]. Se muitos jornalistas viam na assinatura de um contrato colectivo um meio para dignificar a profissão, outros viam nesse compromisso uma forma de perder a identidade intelectual / liberal do jornalismo e a transformação do jornalista num operário, ou seja, a contratação colectiva tinha como consequência a proletarianização da classe (Sobreira, 2003: 75).

Estas controvérsias repetiram-se ao longo de décadas – é sobretudo nelas que ganha expressão a tal “**identidade fluída**” dos jornalistas, tão dissecada por Denis Ruellan e frequentemente evocada nas páginas deste trabalho –, como pode ser ilustrado pelas opiniões tão categóricas como opostas de alguns jornalistas nos anos 1950. Por um lado, Artur Maciel, em 1953:

O jornalista em Portugal diminuiu-se impensadamente quando deu em preferir a designação de profissional da Imprensa. E o elemento formativo de uma profissão livre, dotada de uma deontologia própria e com qualificação técnica diferenciada por categoria de valores intelectuais, reduziu-se como que a uma mera classe de empregados por conta de outrem (cit. em Sobreira, 2003: 77).

Por outro, Joaquim Salgado, invocando palavras de Jaime Brasil, em 1954:

O trabalhador da imprensa é um trabalhador manual, um operário como outro qualquer. Se alguns dos meus camaradas têm ilusões a esse respeito e pretendem exercer uma profissão liberal, esquecem estar sujeitos ao mesmo regime dos trabalhadores e empregados por conta de outrem. Os contratos de trabalho com as suas prescrições de horários, folgas, licenças e sanções, devem ter

dissipado a última ilusão de quantos acreditavam num jornalismo boémio intelectual que parece ter vicejado lá para o século findo (*ibid.*: 78).

Por outro ainda, o dirigente sindical Alfredo Gândara, em 1955:

Desde que o jornal deixou de ser uma aventura política e literária e se converteu em instrumento de exploração industrial, com grandes capitais, conselhos de administração, chefes e subchefes mais ou menos ciosos das suas prerrogativas, mais autoritários – o jornalista teve de deixar a boémia que caracterizava a sua actividade e de submeter-se a uma disciplina inevitável (...) (*ibid.*: 78).

As diferenças de opinião não impediram, todavia, que os jornalistas portugueses, com avanços e recuos, tenham feito repercutir na sua organização e nas suas estratégias profissionais o processo de industrialização da imprensa “e, sobretudo, uma relativa ‘proletarização’ das redacções”, ainda que tendo como pano de fundo a “repressão da liberdade de imprensa” e o “agudizar da questão económica e social” (Valente, 1989: 80).

Concluiríamos dizendo que foi pelos motivos aqui expostos que o discurso dos jornalistas, ao longo destas décadas, oscilou permanentemente entre um tom **de exaltação** (ligado à importância da profissão, à sua relevância social, ao valor da sua “missão”⁵³) e um tom **de lamento** (motivado pela falta de reconhecimento e de prestígio, pela precariedade das condições materiais, pela continuada supressão das liberdades):

O discurso de exaltação do jornalismo e do jornalista revelam um grupo profissional em busca de aceitação pública e à conquista de um espaço próprio; mas o prolongamento no tempo da ligação entre jornalistas e escritores, ou jornalismo e literatura, as adversidades sentidas com o título profissional e com a figura do repórter denunciam uma grande dificuldade em construir um campo autónomo e uma identidade profissional forte. Todavia, não podemos esquecer um aspecto essencial. O facto de os jornalistas viverem sob uma ditadura era o principal factor de impedimento do desenvolvimento desse processo de autonomia e profissionalização (Sobreira, 2003: 132).

E por isso é que alguns dos elementos essenciais para a construção de uma comunidade profissional autónoma por parte dos jornalistas portugueses, tendo embora sido enunciados e assumidos (tal como em França e em vários outros países) logo nas primeiras décadas do século XX, no rasto da industrialização crescente da imprensa, tiveram de esperar até à recuperação da liberdade e da democracia, em 1974. Ou seja, até ao restabelecimento das condições indispensáveis ao funcionamento de um jornalismo autónomo, independente e responsável – algo que é impossível num regime ditatorial.

⁵³ “Os jornalistas representam certamente a classe mais poderosa da sociedade (...)”, escrevia-se taxativamente, em 1894, no relatório apresentado pela delegação portuguesa (chefiada pelo jornalista Brito Aranha, do *Diário de Notícias*) ao primeiro Congresso Internacional da Imprensa, realizado em Antuérpia, com a participação de 17 países (cit. em Valente, 1989: 32).

2.3.7. - EUA: entre o jornalismo “de estórias”...

Ainda no contexto histórico deste início do século XX, vale a pena voltar ao cenário americano para ver que, embora ali não se tenham produzido (por razões próprias da sua organização social e política, em especial do papel menos presente e menos “tutelar” do Estado, quando comparado com a tradição europeia) grandes mudanças institucionais no que toca ao estatuto dos jornalistas, o processo de construção das linhas essenciais do moderno jornalismo continuou ali – e até se aprofundou. Apesar de tais linhas encontrarem as suas raízes primeiras, como vimos, “nos *penny papers* da classe média” (Schudson, 1978: 60) que se iniciaram nos EUA logo na década de 1830, o certo é que a definitiva transformação do jornalismo numa forte indústria de massas e numa actividade profissional bem estabelecida só se verificou claramente na viragem do séc. XIX para o séc. XX, quando se torna possível “identificar a emergência a diferenciação dos ideais profissionais do jornalismo” (*ibidem*).

A partir da década de 1880, sobretudo na cidade de Nova Iorque – e muito por acção de figuras importantes já referidas como Pulitzer, Hearst e Ochs –, o novo padrão do jornalismo “de factos” e “de notícias”, que não “de doutrina” ou “de opinião”, aprofundou-se e complexificou-se. Isto ajuda também a perceber melhor por que motivo o exercício desse ofício “à americana” suscitava tantas resistências em países europeus, com particular relevo para a França, onde as tradições marcadas pela literatura e pela elevação das letras não queriam – apesar das novas tendências ‘informativas’ também por lá adoptadas – deixar de preservar alguma pequena marca de nobreza nos jornais. E marca de nobreza, definida segundo esses pressupostos, era algo que o advento de uma imprensa mais popular e sensacionalista nos EUA decididamente parecia deixar para trás.

Tal como noutras latitudes, mas ainda mais nos EUA, a figura do **repórter** passou a ser protagonista central dos jornais americanos do fim do século XIX⁵⁴, e com um estatuto social cada vez mais elevado e valorizado, a ponto de atrair muitos jovens com estudos superiores que se substituíam ao protótipo do antigo boémio e que se dedicavam a esse trabalho já menos como um **ofício** circunstancial que se exercia de modo algo indiferenciado, mas mais como uma **carreira**, que se escolhia conscientemente e se queria

⁵⁴ Estudiosos como Irvin Cobb (cit. em Schudson, 1978: 201, nota 1) falam mesmo da “Era do Repórter” na década de 1890, que, em termos da história do jornalismo americano, se seguiria à “Era do Grande Director [*editor*]” dos anos 1830-40, e precederia, por sua vez, a “Era dos Proprietários [*publishers*]”, como Pulitzer ou Hearst, nos anos 1910-20, e a “Era dos Colunistas” (em especial os colunistas ‘sindicados’, tão típicos dos jornais dos EUA), na década de 1930.

fazer progredir até às posições mais proeminentes na indústria da imprensa. Logicamente, o género jornalístico da reportagem era dos mais cultivados e enaltecidos, típico dos novos padrões da actividade, a par da notícia e cada vez mais da recentemente ‘descoberta’ entrevista – uma conversa com figuras públicas, transcrita no jornal sob a forma de perguntas e respostas, que era também uma nova forma de fazer notícia, de difundir informação⁵⁵.

A ênfase nos “factos” era cada vez mais favorecida pelo contexto social e cultural envolvente, nesta viragem de século, quando crescia a admiração pela ciência e pelos métodos científicos e isso se alargava também ao estudo da própria natureza humana, em termos individuais e em termos da sociedade. A ênfase no valor da pesquisa empírica era “uma arma da classe média contra o saber recebido de uma ordem estabelecida” (Schudson, 1978: 76) e a importância crescente atribuída à observação, típica dos movimentos realistas e naturalistas que se impunham nas artes, tomava o lugar das perspectivas mais subjectivas e ficcionais associadas à corrente romântica das décadas anteriores. É neste “caldo de cultura”, importante para os novos gostos dos novos actores da cena social, que se alicerça e expande o jornalismo decididamente voltado para o relato directo e seco dos “factos”: vem já de 1892 (e do então director do *Chicago Globe* – cf. Schudson, 1978: 78) a máxima que há-de tornar-se porventura a mais emblemática deste paradigma noticioso em desenvolvimento, segundo a qual o primeiro parágrafo de um texto teria de informar o leitor sobre o “**quem, quê, como, quando e onde**” do evento a reportar.

Mas o apego à factualidade dos eventos não era sempre a única característica que se estimulava no texto jornalístico. O trabalho do repórter, no contexto de uma imprensa barata que procurava alargar a sua circulação a camadas muito mais vastas da população, ia-se preocupando também em dar a “cor local” ao tratamento dos factos, tornando as narrativas mais apelativas e mais próximas da vida quotidiana do leitor mediano, fazendo delas “estórias” e não meras descrições, frias e descarnadas, dos acontecimentos. Ou seja: ao objectivo de **informação** nos moldes atrás referidos acrescentava-se agora, em certas publicações, um outro propósito, que procurava fazer do jornal também um produto de

⁵⁵ A primeira entrevista publicada num jornal (o americano *New York Tribune*, um *penny paper* dirigido por Horace Greely) data de 1859 e era uma forma tão desconhecida para a época que o seu autor (o próprio Greely) teve necessidade de explicar aos leitores do que se tratava. Segundo Schudson (1978), há quem defenda que uma peça do mesmo tipo fora já publicada no *New York Sun*, de J. Gordon Bennett, em 1836, mas a entrevistada negaria depois ter tido aquela conversa com o jornalista.

entretenimento. E é assim que nos EUA, a partir da década de 1890, o novo padrão de jornalismo, já inaugurado com a *penny press* de décadas antes, se subdivide em dois modelos diferenciados: o *information journalism* e o *story journalism*, para usar as expressões de Schudson (1978). Esta é uma distinção particularmente significativa, pois manteve-se de algum modo até aos dias de hoje e ajuda a compreender como surgiram e se afirmaram os dois ramos que atravessam a imprensa contemporânea na generalidade dos países: o da chamada “imprensa de referência”, concretizada em jornais preocupados essencialmente com o rigor e a abrangência informativa nas principais áreas da actualidade (não é por acaso que a tradição inglesa os denomina precisamente *quality papers*), e o da chamada “imprensa popular”, ou “tablóide”, ou “sensacionalista”, que prefere a componente sensitiva e emocional das histórias de vida das pessoas, sobretudo as que contêm algum tipo de drama, e que, por essa via, preenche uma função de certo modo lúdica, para além da (mais ligeiramente) informativa. Exemplos paradigmáticos destes dois caminhos – destes dois modelos editoriais e empresariais – encontram-se, precisamente, na Nova Iorque dos finais do século XIX e inícios do século XX: num domínio, o do **jornalismo como entretenimento**, o sensacionalista *New York World*, de Joseph Pulitzer (a que podemos associar o seu figadal ‘inimigo’ William Randolph Hearst, dono do concorrente *New York Journal*); noutro domínio, o do **jornalismo como informação**, o circunspecto *The New York Times* desde que passou a ser conduzido por Adolph Ochs.

A autêntica explosão de uma imprensa popular, neste tempo e neste lugar, é indissociável das condições típicas da já referida “sociedade democrática de mercado”, que se desenvolvia fortemente nos EUA, e muito especificamente no contexto do novo espaço urbano, para onde confluíam milhões de pessoas – no caso, imigrantes em grande parte. Este não é um aspecto menor. Para atingir grande difusão⁵⁶, a imprensa precisava de cativar as classes médias e trabalhadoras, onde o peso de recém-chegados à “cidade grande”, e sobretudo de imigrantes, era esmagador. Pulitzer percebeu cedo que, para esses, o jornal diário teria de ser muito agradável de ver e fácil de ler – de onde a prosa directa, as palavras simples, os títulos grandes e chamativos, a força das ilustrações e dos *cartoons*,

⁵⁶ Refira-se que em 1896, pouco mais de 10 anos depois da ‘chegada’ de Pulitzer ao *New York World*, e um ano depois de Hearst ter comprado o *New York Journal*, os dois periódicos nova-iorquinos (que, de resto, não eram os únicos...) somavam entre si mais de um milhão de exemplares diários: 600 mil para o primeiro, 430 mil para o segundo, ambos repartidos por uma edição matutina e outra vespertina. Muitíssimo longe estava o *The New York Times*, com os seus nove mil exemplares, mas cuja caminhada com Adolph Ochs só então dava os primeiros passos: daí a uma década já andaria pelos 200 mil exemplares e em 1920 rondaria os 350 mil (Schudson, 1978).

o impacto das “**estórias**” ligadas ao quotidiano mais palpável. Teria também, por outro lado, de ajudar as pessoas a funcionarem naquele ambiente físico e humano onde quase tudo era novo, estranho, surpreendente – de onde uma grande preocupação com aspectos utilitários nas páginas do jornal, em parte tratado como uma espécie de “compêndio de ‘dicas’ para a sobrevivência urbana” (Schudson, 1978: 102). Para utilizar o interessante jogo de palavras referido por Schudson (*ibidem*), tratava-se de fazer do jornal não só um “**newspaper**”, mas também um “**use-paper**”... Uma preocupação explicitada pelo próprio Pulitzer, ao pretender que o *New York World* fosse “simultaneamente uma escola diária e um fórum diário, simultaneamente um professor diário e uma tribuna diária”. (*ibid.*: 98).

Aspectos aparentemente menores, mas que significavam uma alteração enorme nas rotinas de vida das novas populações urbanas, estavam igualmente presentes nas preocupações de quem concebia e desenhava os jornais populares. Era o caso dos transportes públicos (eléctricos, autocarros) que começavam a superpovoar a cidade e obrigavam muita gente – que trabalhava no centro mas habitava nas periferias – a passar bastante tempo em veículos conduzidos por outrem. Esse “privilégio”, até então raro para quase todos que não os ricos, deixava as mãos e os olhos livres para, por exemplo, ler o jornal. E também por essa circunstância o jornal se fazia fácil de ler e de ver, como de resto sucederá mais tarde com outras iniciativas que se inscrevem exactamente na mesma lógica destes trabalhos pioneiros vocacionados para uma difusão em massa: veja-se o modelo dos “jornais gratuitos” que têm proliferado na Europa (e também em Portugal) nos anos mais recentes, e cuja fórmula, tanto gráfica como de conteúdo, se adequou tipicamente a um modo de ler / ver simples e rápido, como se percebe até pelos locais de eleição da sua distribuição: as paragens dos transportes públicos e as estações ferroviárias.

De um ponto de vista económico, este jornalismo popular continuava, por um lado, a apostar no preço baixo de venda e nas receitas de publicidade com que verdadeiramente se rentabilizava e, por outro, a beneficiar da grande expansão (mesmo, ou sobretudo, junto de camadas populacionais até então menos favorecidas) do mercado de bens e serviços.

A sociedade de consumo, tal como a conhecemos, crescia na Nova Iorque do princípio do século, com o aumento da capacidade de manufactura, com o desenvolvimento de novos modos de comercialização (os populares *department stores*), com o crescimento da população e do seu poder de compra. No dizer de Schudson (1978: 102), “a economia estava a tornar-se mais social” e, ao mesmo tempo, “a sociedade estava a tornar-se mais económica”. Comprava-se e vendia-se muito mais, e a publicidade nos jornais era um elemento cada vez mais activo nesse processo, como bem entenderam os

proprietários da imprensa do tipo de Pulitzer, sempre empenhados em acções de *marketing* e de auto-promoção para valorizar a sua mercadoria. Até porque o *New York World* inaugurou uma nova prática neste domínio – mais uma vez presente até aos nossos dias –, fazendo repercutir nos preços a cobrar pelos anúncios o maior ou menor volume de circulação dos jornais. E os proveitos vindos de publicidade continuaram, de facto, a pesar cada vez mais na estrutura de receitas dos jornais: em 1880, valiam já por 44 por cento do total e em 1900 cerca de 55 por cento. Assim, vender mais exemplares já não era só “uma questão de orgulho pessoal, privado”, mas antes “um indicador público e auditado do valor do jornal como veículo de publicidade” (Schudson, 1878: 93), o que fazia aumentar a pressão sobre a necessidade de venda de exemplares, que por sua vez pressionava no sentido da “boa” escolha de assuntos editoriais apelativos e do seu tratamento em moldes populares e capazes de causar o maior impacto nas vozes dos ardinas de rua:

A inovação mais responsável pelo rápido crescimento da circulação dos jornais [nesta época] foi, numa palavra, o sensacionalismo (Schudson, 1978: 95).

Típicas ainda deste modelo de jornal popular eram as iniciativas de aproximação à população e de identificação emocional com a “sua” cidade que se fazia grande, fossem campanhas de recolha de donativos⁵⁷ ou a construção, decidida por Joseph Pulitzer, do edifício mais alto de Nova Iorque para nova sede do *New York World*, de modo a fazer dele uma símbolo visível da sua presença quotidiana e um motivo de orgulho para a comunidade dos leitores. De aumento da presença quotidiana se pode falar ainda ao lembrar como estes jornais do modelo de *story journalism* cedo passaram a desdobrar-se em duas edições (uma matutina, outra vespertina) e de como, em mais um movimento precursor da nossa época, apostaram em edições de domingo especiais, mais volumosas, mais magazinescas, mais voltadas para o consumo familiar e para o entretenimento – e também com preço mais elevado.

Em resumo, era este um jornalismo bem inscrito no seu tempo:

Em alguma medida, o jornalismo de massas que Pulitzer desenvolveu apenas continuou a revolução da *penny press* no tocante à sua atenção à vida quotidiana. Mas a vida quotidiana era agora diferente da que tinha sido. Era a vida quotidiana de gente nova na participação política, na leitura, nas cidades, na América, no caleidoscópio da mobilidade social e geográfica (Schudson, 1978: 106).

⁵⁷ Uma das acções mais visíveis deste esforço foi a campanha, lançada pelo jornal de Pulitzer, de recolha de fundos para a construção do pedestal da célebre Estátua da Liberdade, em Nova Iorque, e que em poucos meses recolheu uma fortuna, resultante da soma de milhares de modestíssimas contribuições dos leitores do *New York World*.

2.3.8. - ... e o jornalismo “de informação”

Mas este não era o único modelo de jornalismo – e muito menos o foi sendo, à medida que acentuou as suas características de jornalismo “tablóide”, sensacionalista, tanto na substância dos assuntos como no estilo “ligeiro” e “colorido” de os abordar, mais voltado para as sensações do que para o pensamento, para a emoção do que para a razão. Aliás, é também como reacção e contraponto a este padrão que acaba por se desenvolver, no mesmo contexto da Nova Iorque da viragem do século, uma outra experiência de sucesso que há-de prolongar-se até aos nossos dias e fazer igualmente escola: a de um jornalismo assumidamente “de informação”, também em alguma medida radicado na postura ‘democratizante’ da *penny press*⁵⁸, mas progressivamente dissociado da sua postura editorial, ou da dos seus seguidores mais vulgares.

O exemplo que vingou e se afirmou acima de todos foi o do *The New York Times*, a partir da altura em que Adolph Ochs assumiu a sua liderança, em 1896. O lema então adoptado pelo jornal – e mantido até hoje – é bem elucidativo do que se pretendia dar ao público leitor: “*All the news that’s fit to print*”, ou seja, todas as notícias que são adequadas, merecedoras, dignas de ser impressas. E se houve tónica que os responsáveis do *The New York Times* não se cansaram nunca de acentuar para distinguir o seu jornal foi a da “decência” – com a vantagem de terem provado que, afinal, “a decência [também] significava dólares”, como alguém comentaria anos mais tarde.

Não eram tanto as matérias tratadas que diferenciavam o *Times* da imprensa popular, mas o tom com que as abordava, o estilo com que as enquadrava, a importância relativa que lhes atribuía. E isso tinha dois objectivos diversos: em parte, procurava cativar leitores de grupos sociais diferentes; em parte, almejava seduzir a componente menos emocional e mais racional de quaisquer grupos sociais.

A divisão moral das classes trabalhadoras pelos [dois tipos de] jornais tem um paralelo na divisão moral das faculdades humanas entre as mais respeitáveis faculdades de abstracção e as menos respeitáveis sensações [*feelings*]. As pessoas controlam-se a si próprias para ler sobre política num jornal sério; mas ‘deixam-se ir’ ao ler sobre assassinatos ou ao ver ilustrações de celebridades. A informação é um género de auto-negação [*self-denial*], a estória um género de auto-indulgência [*self-indulgence*] (Schudson, 1978: 119).

⁵⁸ Vendido inicialmente a três cêntimos, o *New York Times* logo em 1898 baixou o preço para dois cêntimos (um *penny*), equiparando-se aos jornais populares de Pulitzer e de Hearst. Apesar de muita gente julgar que a medida não teria grande efeito, o certo é que se repercutiu fortemente no aumento de circulação, dando aparentemente razão ao seu director, quando dizia que muita gente comprava os outros jornais “porque eram baratos e não porque eram sensacionalistas” (cit. em Schudson, 1978: 115).

No pressuposto de que as pessoas, crescendo e cultivando-se, vão ficando mais racionais, “mais capazes de antecipar a vida, de a ordenar e controlar” (Schudson, 1978: 119), jornais como o *The New York Times* escreviam sobretudo para essas, “apresentando artigos como conhecimento útil, não como revelação” (*ibidem*). Em contrapartida, jornais sensacionalistas como o *New York World* tocavam pessoas recém-chegadas à vida urbana e para quem “tudo era novo, invulgar, imprevisível”, para quem tudo era “um espectáculo” (*ibidem*). Os primeiros cativavam, assim, pessoas mais “independentes e participantes”, com vidas mais “ordenadas e controladas”, enquanto os segundos se adequavam a pessoas relativamente mais “dependentes e não-participantes” (*ibid.*: 116).

Isto não significa, contudo, que os leitorados não se cruzassem e misturassem em alguma medida, pois, como sabemos (até do conhecimento actual da relação dos públicos com os *media* de massas, em especial a televisão), também sempre houve gente influente, rica, cultivada, que em determinados momentos, com a vontade de ‘se deixar ir’ em vez de se ‘controlar’, prefere o consumo fácil e recreativo de uma imprensa pouco exigente – como, no lado oposto, sempre houve também gente menos instruída ou influente que, com alguma regularidade, frequenta jornais ou programas mais exigentes, até como forma de emulação face ao estatuto social superior dos seus leitores / espectadores-tipo. Poderá mesmo dizer-se, com Schudson (1978: 117), que uns e outros não lêem coisas substancialmente diferentes, embora “sintam” diferentemente acerca disso: os primeiros terão mais dificuldade em admitir publicamente o que fazem, por “vergonha”, enquanto os últimos, pelo contrário, ostentarão com “orgulho” o jornal de qualidade que não se esperaria ver nas suas mãos.

Este foi, na Nova Iorque do início do século XX, um aspecto relevante para o sucesso do *The New York Times* e que os seus responsáveis não se cansavam de acentuar, por exemplo nas campanhas de angariação de assinantes: ler o *Times* era um sinal público e notório de “respeitabilidade”, era um comportamento “socialmente aprovado” (Schudson, 1978: 117). E, nesse sentido, o jornal – mesmo não atingindo nunca as cifras astronómicas de circulação dos “populares” – acabava por ser comprado por um conjunto heterogéneo de leitores, fossem os que genuinamente se interessavam pelo que ele publicava, e pelo modo como o fazia, fossem aqueles para quem importava sobremaneira ser (ou aparecer como) leitor daquele género de periódico. O facto de ser o jornal preferido dos mais influentes e dos *decision-makers* acarretava esse rótulo de respeitabilidade, num processo que depois se auto-alimentava: ter a marca de respeitabilidade levava, por sua vez, a que cada vez mais os influentes o preferissem. Reforçando uma “imagem de marca”

distintiva face à imprensa “amarela” que ocupava agressivamente o mercado urbano, Adolph Ochs não tinha sequer pejo em fazer auto-publicidade algo manipuladora, se assim se pode dizer: proclamava que o *The New York Times* era o jornal de maior circulação em Nova Iorque e acrescentava por baixo, mas em letras pequeninas e pouco visíveis, que era o maior “a seguir” ao *World*, de Pulitzer, e ao *Journal*, de Hearst. Ao fazê-lo assim, procurava transmitir a ideia de que estava a falar de jornais de ‘categorias’ completamente diferentes e que, portanto, recusava compará-los no mesmo plano.

Na viragem para o século XX, havia de facto “dois jornalismo” – e ambos com assinalável sucesso – numa cena urbana americana em acelerado processo de mudança a todos os níveis. A competição entre os dois modelos, colocada muito no plano moral, era, de algum modo, expressão de um conflito de classes (uma numerosa e pujante classe média emergente *versus* uma elite social, cultural e económica que antes dominava o espaço público), como já o fora, nos anos 1830, a guerra pela implantação dos *penny papers* “de informação” contra o modelo tradicional dos jornais “de opinião”. Curiosamente, nesses primeiros tempos, as elites terçaram armas contra o emergente jornalismo “de informação”, por verem nele um abaixamento de nível, uma vulgarização de um veículo cultural “nobre”, um empobrecimento do debate de ideias e da função doutrinária com que se tinham habituado a encarar (e a fazer...) os jornais. Setenta anos volvidos, as elites batem-se denodadamente pelo jornalismo “de informação” corporizado no estilo do *The New York Times*, pois o adversário que agora combatem é o jornalismo “de estórias” e de entretenimento – esse, sim, vulgar e empobrecedor – que partiu das notícias mas depressa se deixou levar pela onda do sensacionalismo.

Registe-se, entretanto, que as ditas elites – afinal o público leitor mais exigente e mais bem colocado em termos de estatuto político, social, económico e cultural – hão-de, nas décadas seguintes, contribuir para uma espécie de “regresso às origens”, embora revisto e actualizado pelo processo histórico decorrido, no que toca ao jornalismo “de opinião” antes tão prezado. O jornalismo secamente informativo, “de factos”, há-de ir (como veremos no ponto seguinte) dando mostras das suas fragilidades e limitações para reportar a crescente complexidade do mundo e da vida moderna, cedendo lugar a novos modos de abordagem noticiosa da actualidade onde as fronteiras estritas entre géneros se esbatem e as análises, os enquadramentos, as interpretações, as opiniões, ganham um estatuto cada vez mais valorizado. O **jornalismo interpretativo**, hoje tão associado à chamada imprensa “de referência”, há-de ser progressivamente reclamado e cultivado como resposta aos novos desafios, tal como o **colunismo** – que surge e se expande, no

original modelo sindicado dos EUA, logo na década de 1930 – há-de conceder à opinião e ao comentário um lugar proeminente, mesmo (ou sobretudo) na imprensa mais ciosa do seu objectivo assumidamente informativo – e não doutrinário.

Esta questão (difícil e recorrente) da relação do jornalismo com “os factos” está no cerne de um dos mais específicos e mais controversos ideais profissionais que o grupo ocupacional ia cuidando de alicerçar para autonomizar o seu ofício – o desafio da **objectividade**. Deixando mais para diante a discussão sobre as várias perspectivas com que tal desafio foi sendo encarado (a objectividade como processo, como método, como ritual, como ideologia...), refira-se desde já que esse ideal começou a afirmar-se com o advento do jornalismo “de informação”, de modo que poderíamos dizer implícito, mas se explicitou com clareza só nas décadas de 1920-1930, quando a necessidade de o proclamar, e até exaltar, procurava responder à constatação de que ele continha também, em potência, alguns perigos e enganos. E aquilo que inicialmente parecera a oferta mais segura dos jornalistas à sociedade para garantir uma abordagem noticiosa da actualidade em moldes profissionais, fiáveis e rigorosos – com o que isso acarretaria de reconhecimento e de legitimação, dois desideratos tão insistentemente procurados – arriscava-se, pelo contrário, a ser olhado como uma mistificação desculpabilizadora e barata, à sombra da qual poderiam comodamente medrar as maiores derivas e perversões do trabalho informativo.

2.4. - Os desafios do pós-guerra e a consolidação

Os progressos a que se assistiu na viragem do século XIX para o século XX, e sobretudo nas primeiras décadas de noventa, quer quanto ao desenho de um jornalismo informativo moderno, quer quanto à crescente afirmação dos jornalistas como grupo profissional definido, autónomo e (institucional e socialmente) reconhecido, cedo acabaram por se confrontar com novos e complexos desafios. O ambiente de optimismo e de crença no imparável desenvolvimento político, económico e cultural induzido pelo modelo da “sociedade democrática de mercado” a que aludia Schudson (1978) viu-se, em diferentes momentos e contextos, ameaçado por situações dramáticas que abalavam a fé nessa espécie de progresso irreversível da história: foi a 1ª Guerra Mundial, que durante quatro anos (1914-18) feriu dramaticamente sobretudo o espaço europeu, foi a “Grande Depressão” de 1929, que trouxe uma enorme onda de cepticismo à euforia americana ainda tão recente dos “loucos anos 20” e do seu crescimento económico, foi logo a seguir a

ascensão do nazismo e dos fascismos (Alemanha, Itália, Espanha, Portugal...), que abalou as convicções quanto ao genuíno e definitivo apego da natureza humana à democracia, foi ainda a construção de um novo bloco político tutelado pela União Soviética e inspirado por doutrinas comunistas que recolocavam em moldes muito duvidosos a questão fundamental da(s) liberdade(s) dos cidadãos, foi enfim a 2ª Guerra Mundial (1939-45), com o seu cortejo de horrores a uma escala nunca vista e com as sequelas profundas que acabou por deixar traduzidas na configuração de um novo mundo mais dividido, mais enfrentado, mais difícil de compreender e mais pessimista quanto ao futuro.

Todas estas circunstâncias tiveram influência nos modos de entender (e de lidar com) os meios de comunicação de massas – ou de eles se entenderem a si próprios e aos seus controversos papéis –, bem como no trabalho específico dos jornalistas, numa altura em que ainda buscavam a consolidação de valores, modelos e estatuto há tão pouco tempo sedimentados. Aparentemente adquirido o **lugar** central da **informação** numa sociedade que o desenvolvimento das tecnologias de comunicação tinha tornado globalmente mais ‘aproximada’ e que o desenvolvimento político-económico-cultural tinha tornado mais ciosa de conhecimento e de participação, começava a questionar-se seriamente o seu **papel**, sobretudo porque se multiplicavam as experiências de uma utilização instrumental dos *media* – e também dos seus profissionais – com propósitos mais manipuladores do que genuinamente informativos. A este respeito, o sistemático recurso a acções de **propaganda** e de “gestão controlada” da informação, que tinha tido um uso incipiente na Grande Guerra de 1914-18 mas que explodiu de modo superlativo (e sem grandes distinções formais entre os dois lados da barricada) durante a 2ª Guerra Mundial, trouxe um elemento novo ao debate público, traduzido em vários sentimentos novos:

- por um lado, o sentimento de que já não se pode nem deve acreditar ‘inocentemente’ naquilo que nos dizem os jornais, as rádios, as televisões, quando afirmam estar a informar-nos, pois podem ser movidos por objectivos propagandísticos bem determinados;
- por outro lado, a sensação de que a crença simples na evidência dos “factos” que nos são fornecidos com aparente objectividade pelos *media* não é suficiente para nos aproximar da “verdade”, pois os próprios factos podem ser criteriosamente escolhidos e manipulados (quando não criados), além de que nos dizem pouco sobre as suas possíveis (e decisivas) interpretações;
- por outro ainda, o receio de que também os jornalistas não possam deixar de repercutir no seu trabalho, de modo mais ou menos consciente, os

constrangimentos objectivos e os enviesamentos subjectivos decorrentes do exercício de uma actividade profissional ‘liberal’, mas exercida num contexto empresarial ‘tutelado’;

- enfim, a consciência crescente de que a uma visão restritiva e mitificada do papel do jornalismo como suposto “espelho” neutro e “reflexo” automático da realidade envolvente haverá que acrescentar, como condição de legitimação do seu poder crescente nas modernas sociedades, uma inalienável responsabilidade social, traduzida em maturidade profissional, em exigência ética e em compromisso público com o exercício da cidadania no espaço democrático, para o que é determinante a compreensão do mundo e a capacidade de reflexão sobre ele.

São estas quatro ‘novidades’ que, de seguida, procuraremos dissecar.

2.4.1. - Propaganda e relações públicas

Se o recurso massivo à actividade de propaganda no tempo da guerra chamou particularmente a atenção para o problema da manipulação e instrumentalização da informação – o que, até pelo que estava em causa no conflito mundial, confrontou os jornalistas “com escolhas dolorosas num contexto hostil à liberdade de informação” (Mathien, 1995: 79) –, o certo é que, no plano mais genérico da ‘sociedade civil’, esta questão já desde os inícios do século vinha aflorando (e com carácter pioneiro mais uma vez nos EUA), através da crescente expansão das **relações públicas**, depressa erigidas em actividade profissional com uma presença fortíssima em múltiplos domínios, em especial os ligados à política e à economia.

Não é por acaso que esta nova disciplina emana do seio da própria actividade jornalística – o americano Ivy Lee, habitualmente considerado o primeiro “relações públicas” profissional, dedicou-se a este trabalho, ainda na primeira década do século XX, depois de ter sido repórter durante um par de anos nos principais jornais nova-iorquinos, como o *New York World* e o *New York Times* –, utilizando o seu “saber fazer” específico, o seu estilo directo de apresentação da informação, os seus contactos com as instituições, os seus circuitos próprios de difusão, o seu conhecimento particular do modo de funcionamento dos jornais e da sua força persuasiva junto dos leitores. O que poderia parecer um alargamento natural do “território” que os jornalistas vinham tentando circunscrever através de uma “fronteira” bem delimitada (e cujo controlo pretendiam assegurar) depressa se tornou numa fonte de controvérsias que perduram até hoje, no seio

da comunidade profissional, a propósito da maior ou menor incompatibilidade entre o exercício de duas funções que, lidando ambas com a informação, têm todavia fins (logo, também meios, sintomaticamente justificados pelos fins) totalmente diversos: **informar** desinteressadamente ou **persuadir** interessadamente, para usar uma formulação singela.

Mais do que causa de uma nova visão da realidade e do mundo, a expansão da função de relações públicas parece ser uma consequência, ou uma natural decorrência, do ambiente de progressivo cepticismo relativista a que atrás aludíamos, sobretudo no que tem a ver com novos modos de entender o público:

As relações públicas desenvolveram-se [nos EUA] nos princípios do século XX como uma profissão que não só respondia ao, como ajudava a moldar o, público agora definido como irracional, e não movido pela razão [*reasoning*]; espectador, e não participante; consumidor, e não produtivo. Isto acabou por ter um impacto de largo alcance na ideologia e nas relações sociais diárias do jornalismo americano (Schudson, 1978: 134).

Esta mudança seguia-se à tal crença, ainda não muito longínqua, na evidência dos “factos” e na capacidade racional de os entender, ligada à presunção de que um espírito científico permitia conhecer e compreender – o que, por sua vez, permitiria narrar – não só a natureza como também os homens e as sociedades em moldes basicamente objectivos. Foi essa, no entanto, uma convicção de pouca dura. O desenvolvimento das ciências em domínios tão diversos como a física, a biologia, a história ou a psicologia, foi encontrando novos elementos de complexidade e factores de acaso nos seus campos, em vez da “simplicidade e ordem” em que antes se acreditava. A própria ciência estava agora a “ensinar a desconfiança nela própria” (Schudson, 1978: 126) e nos domínios da psicologia, por exemplo, multiplicavam-se as investigações que chamavam a atenção para os factores aparentemente irracionais que ajudariam a explicar certos comportamentos dos indivíduos – e dos colectivos. Medrava uma atitude de “desconfiança na razão” que o filósofo americano Roscoe Pound exprimia com alguma ironia já em 1929, numa obra intitulada “*O culto do irracional*”:

No lugar da razão temos desejos subconscientes, desejos reprimidos, tendências de comportamento enraizadas, predisposições habituais que são diferentes para cada unidade económica individual. No lugar do iluminismo nós temos – bem, temos talvez glândulas (cit. em Schudson, 1978: 126-127).

Embora Pound sublinhasse que esse irracional “é um facto e não um ideal” – o que pressupõe, em sua opinião, que “temos de lidar com ele mas não estamos obrigados a exaltá-lo” (*ibidem*) –, o certo é que ele foi ganhando tradução também numa progressiva desconfiança face ao público enquanto capacidade racional e, complementarmente, na ideia de que ele era susceptível de ser dirigido, manipulado, controlado, mediante apelo às

suas pulsões menos conhecidas e aos seus meandros menos conscientes. No fundo, esta atitude de desconfiança ia assumindo a forma de uma desconfiança “não tanto na razão como, sobretudo, na capacidade do público para exercitar essa razão” (Schudson, 1978: 129). E, embora se vivesse um tempo em que, a um nível estritamente formal, pareciam crescer as oportunidades de participação do público – o direito de voto na política, o maior consumo e o empreendedorismo na economia –, começa a perceber-se que a essa participação não correspondem mecanismos efectivos de controlo substancial, que é uma participação mais ‘*objecto*’ do que ‘*sujeito*’, mais induzida do que escolhida. E os instrumentos de persuasão crescentemente utilizados pelas instituições públicas e privadas, tanto ao nível da publicidade como das relações públicas, foram um elemento central neste contexto, com repercussões também no jornalismo e no modo de encarar a informação jornalística como mais ou menos submersa, ela própria, neste mar.

Os profissionais de relações públicas invocavam em seu favor os estudos sobre questões da comunicação e sobre os públicos que se desenvolviam fortemente nas primeiras décadas do século XX, procurando legitimar teoricamente a actividade que exerciam e colocá-la em plano semelhante ao de outras actividades de difusão de informações e ideias, como o jornalismo. Ivy Lee, por exemplo, dizia encontrar suporte nos trabalhos importantes de Walter Lippmann – entre eles a sua obra mais conhecida, “*Public Opinion*”, de 1922 – para afirmar que ninguém podia arrogar-se a capacidade de transmitir apenas os “factos”, e muito menos a totalidade dos factos, relativos a uma qualquer matéria. “Tudo o que eu posso dar-vos é a minha interpretação dos factos”, dizia Lee (cit. em Schudson, 1978: 135), acrescentando que “olhamos para tudo através de óculos coloridos pelos nossos próprios interesses e preconceitos” (*ibidem*). O corolário e propósito deste raciocínio – a que Schudson chama “cínica epistemologia” (*ibid.*: 136) – eram evidentes: se toda a informação sobre factos é uma interpretação pessoal, se toda a opinião é apenas uma leitura filtrada pelo subjectivo (logo, interessada), então todas as interpretações e todas as opiniões são legítimas, todas elas têm igual direito a ser difundidas no espaço público. Entre elas, naturalmente, as de propaganda – que Ivy Lee definia inocentemente como “o esforço de propagar ideias” e que considerava uma actividade perfeitamente aceitável, desde que o público soubesse quem era responsável por ela. Um outro pioneiro das relações públicas, Edward Bernays (curiosamente, sobrinho de Sigmund Freud), insistia, por sua vez, nos aspectos irracionais da conduta humana e na possibilidade de ela ser, a esse nível, de algum modo condicionada; radicava, assim, o trabalho de propaganda no pressuposto de que, na luta das ideias, o que importava era “o

poder do pensamento para se fazer ele próprio aceite, na competição aberta do mercado” (cit. em Schudson, 1978: 136).

Percebe-se, assim, como neste novo contexto acabou por ser “minada a velha fé nos factos”, fosse por se sustentar de modo cada vez mais consensualizado que “não há factos, mas interpretações” (como servia tão bem aos intentos persuasivos das **relações públicas**⁵⁹), fosse por se entender que os próprios factos podiam ser seleccionados e manipulados com propósitos bem definidos (como resultou especialmente claro nas acções de **propaganda** em tempo de guerra). E compreende-se que isto não podia deixar de afectar severamente o mundo do jornalismo, que também começou a ser olhado com mais distância, para não dizer suspeição.

É aqui que entronca a questão da **objectividade** – que na década de 1930 ganha nome na cena americana e não mais deixará de marcar as reflexões em torno do campo jornalístico e das suas especificidades. Esta questão, aliás, tinha uma componente dupla para os jornalistas: por um lado, eles próprios sentiam-se na necessidade de encarar com maior reserva e distância os “factos” que lhes eram cada vez mais transmitidos por gabinetes de relações públicas e assessoria; por outro lado, eles constataavam que o público olhava também com maior reserva e distância para tudo o que saía nos jornais, admitindo que os escritos seriam inapelavelmente influenciados pela subjectividade do seu autor, mesmo sendo ele um jornalista profissional. Havia, pois, que tentar fazer algo para contrariar, ou ao menos temperar, essa perspectiva que feria a credibilidade do jornalismo.

2.4.2. - A doutrina da objectividade

Ao contrário do que frequentemente parece pensar-se, a doutrina da **objectividade** não nasce de uma negação da subjectividade do jornalista, mas precisamente do oposto, da sua ‘descoberta’ e assunção – ou seja, da constatação de que a comunicação dos factos é plausivelmente afectada pelo ponto de vista subjectivo da pessoa que os selecciona,

⁵⁹ Para se perceber a força enorme desta actividade nos EUA, logo na primeira metade do século, refira-se que em 1932 havia, só na cidade de Nova Iorque, cerca de cinco mil agentes de relações públicas – número superior ao de jornalistas da cidade. E há testemunhos da época que sugerem que era de tal modo influente a nova actividade no próprio trabalho dos jornais, que pelo menos metade das notícias dos principais periódicos teria já a sua origem em gabinetes de relações públicas (Schudson, 1978: 137). Ao longo do século, a função desenvolveu-se na generalidade dos países, podendo adiantar-se, como exemplo, que na Grã-Bretanha havia, em 1967, 46 empresas de relações públicas e em 1997 elas eram já 2.700 (Manning, 2001: 161). No mesmo período de 30 anos, os departamentos internos dedicados a esta função subiram de 720 para 6.500 também na Grã-Bretanha – onde, segundo algumas estimativas, no final dos anos 1990 haveria já “um profissional de relações públicas por cada dois jornalistas” (*ibidem*).

elabora e comunica. Ora, se isso sucede assim relativamente à generalidade das pessoas, então um profissional da comunicação – com particulares responsabilidades na difusão de informação sobre o mundo e a vida para um público vasto – tem obrigação de se rodear de especiais cautelas, de redobrar a atenção, de desenvolver métodos próprios de trabalho, enfim, de se formar e de se treinar, para que aquilo que comunica, e o modo como o comunica, seja o menos possível distorcido ou enviesado pela sua subjectividade. O próprio Walter Lippmann – que Schudson (1978: 151) considera ter sido “o mais sensato e empenhado porta-voz do ideal da objectividade” – o referiu na sua “*Public Opinion*”:

À medida que as nossas mentes forem tomando consciência da sua própria subjectividade, apreciaremos as bondades do método objectivo, que de contrário não seríamos capazes de reconhecer (Lippmann, 1922/2003: 326).

Neste sentido, a objectividade era menos uma filosofia de vida e de acção ou uma mistificadora “fê absoluta” nos “factos que falam por si”, e mais um quadro de referência, uma atitude de abordagem da realidade, um esforço constante de distanciação, traduzido também num conjunto de práticas – e de marcas textuais, de “rituais estratégicos” públicos e notórios, como Tuchman (1972/1993) haveria de sublinhar –, tudo no sentido de minorar e balizar as hipotéticas influências da subjectividade do autor. Tratava-se também (o que não é nada desprezível para o esforço de afirmação do jornalismo enquanto disciplina autónoma e demarcada das actividades de propaganda) de dar resposta a uma postura de absoluto *relativismo*, por alguns defendida, com base na ideia de que seria preferível assumir por completo as subjectividades e, assim, toda a informação e opinião seria subjectiva – logo, toda a informação e opinião teria o mesmo valor relativo e o mesmo direito de ser considerada em plano semelhante, fosse ela jornalística ou propagandística, fundamentada ou gratuita, reflectida ou emocional.

Schudson oferece-nos uma boa síntese da questão:

Sendo certo que a objectividade, pelos anos 1930, era um bem articulado valor profissional do jornalismo, não é menos certo que ele parecia desintegrar-se no momento em que era formulado. Bem vistas as coisas, [a objectividade] tornou-se um ideal no jornalismo precisamente quando se tornou generalizadamente aceite a ideia da impossibilidade de ultrapassar a subjectividade na apresentação das notícias, e precisamente *porque* a subjectividade tinha passado a ser encarada como inevitável. Desde o início, portanto, a crítica do ‘mito’ da objectividade acompanhou a sua própria enunciação (Schudson, 1978: 157).

Estes debates trouxeram – e trata-se de um ponto que interessa muito particularmente para o nosso trabalho – um novo impulso à defesa de uma **maior profissionalização** dos jornalistas, que passaria pela sua formação inicial e contínua, de modo a prepará-los para o exercício de um ofício que se via agora ser ainda mais

complexo do que antes se imaginara, mas que era essencial abordar de modo mais ‘científico’, sob pena de continuar a erosão da sua credibilidade. Novamente segundo as palavras de Lippmann (agora retiradas de um escrito posterior, “*American Inquisitors*”, datado de 1929), adquirir um espírito científico significaria, afinal, que “uma pessoa se torna capaz de deixar que as coisas sejam o que são, independentemente de querer ou não que elas sejam assim” (cit. em Schudson, 1978: 154), o que é uma fundamental posição de partida no contexto da desejada objectividade⁶⁰. No fundo, acreditava-se que uma **maior e melhor formação** profissional dos jornalistas, tanto na área específica da comunicação como na capacidade de conhecimento mais aprofundado de certos domínios (o que originou o desenvolvimento progressivo de uma “cultura de especialização” no jornalismo ao longo de todo o século XX), os tornaria mais capazes de lidar com a sua própria subjectividade – sem a negar – e de fazer um trabalho potencialmente mais objectivo, responsabilizando-se também mais pelo produto final.

Este é um aspecto relevante, pois punha em evidência a importância da profissionalização dos jornalistas não só para poderem resistir melhor aos constrangimentos que lhes eram exteriores (os da instrumentalização política, os da pressão económica, os decorrentes da sua própria inserção laboral num contexto de empresa com a sua lógica específica), mas também, por assim dizer, aos constrangimentos interiores (os decorrentes da subjectividade própria, da inserção sócio-cultural, das marcas de origem, das idiossincrasias particulares). Tratava-se não (ou não só) de “salvar” o jornalismo das ameaças capitalistas, mas de “o salvar de si próprio” (Schudson, 1978: 153).

Depois de um começo tímido e relativamente pouco valorizado, este novo ideário contribuiu para uma enorme proliferação de escolas e cursos dedicados ao estudo e ao ensino do jornalismo – tanto a nível secundário como, sobretudo, a nível superior, graduado e pós-graduado –, nos EUA logo durante a primeira metade do século, noutros países sobretudo depois da 2ª Guerra Mundial. A necessidade de uma formação sólida e especializada parecia definitivamente adquirida, até entre os profissionais do sector, o que não impediu que, a par de países onde um diploma passou a ser condição obrigatória de acesso ao jornalismo, muitos outros (entre eles Portugal) mantivessem legalmente o “carácter aberto” da profissão, não condicionando o seu exercício à obtenção de um grau

⁶⁰ A reivindicação, para os jornalistas, de uma conduta enformada metodologicamente por um espírito científico, com o que isso significa de exigência de rigor, há-de ser especialmente acentuada nos finais do século XX por Phillip Meyer e pelos seus trabalhos dedicadas ao “jornalismo de precisão”.

escolar. Mas, mesmo nestes casos, a prática corrente acabou por levar a que só por excepção os jovens jornalistas não provenham hoje de escolas da especialidade.

2.4.3. - A “revolução das fontes”

A defesa mecânica e cega, no reporte jornalístico, de uma objectividade *à outrance* também acabou por gerar algumas perversões e novos motivos de controvérsia. Encarado o jornalista como um mero repetidor / difusor, neutro e acrítico, de tudo que lhe era transmitido pelas fontes de informação – muito em particular as fontes ligadas a instituições oficiais, directamente ou por interpostos assessores e técnicos de relações públicas –, prestava-se a toda a sorte de instrumentalizações, podendo funcionar como um mero amplificador daquilo que, em determinado momento, essas fontes julgavam do seu interesse transmitir. E a doutrina da objectividade, adoptada para salvaguardar, defensivamente, uma postura mais rigorosa e transparente por parte dos jornalistas, acabava por ser utilizada ofensivamente contra eles próprios: em nome de uma objectividade assim (mal) entendida, exigia-se-lhes que fossem escrupulosos na reprodução da mensagem que lhes era passada para publicar e que se ficassem por aí, pois era esse, e não mais que esse, o seu trabalho. Assim, aquilo que antes parecera um bom antídoto contra o potencial enviesamento dos jornalistas acabava por se arriscar a ser “o mais insidioso enviesamento de todos” (Schudson, 1978: 160).

Nos EUA, por exemplo aquando da famosa “caça às bruxas” desenvolvida, na década de 1950, pelo senador ultra-conservador Joseph McCarthy para detectar eventuais militantes ou simpatizantes (ou amigos de simpatizantes...) comunistas e os condenar ao ostracismo numa “lista negra” de triste memória, esta questão suscitou acalorados debates, pois era supostamente em nome da objectividade que muitos jornalistas reproduziam sem mais as diatribes do dito senador, mesmo quando se sabia que eram puras mentiras ou informações manipuladas. E este zelo jornalístico em não levantar quaisquer suspeitas de abordagem subjectiva ou de eventual mistura de factos com opiniões acabava por levar os profissionais a ‘esquecerem-se’ de outra, e certamente mais elevada, obrigação moral decorrente do seu ofício: a de procurar a verdade por todos os meios possíveis.

A pertinência desta questão era tanto maior quanto as actividades ligadas à chamada “comunicação persuasiva” e ao inerente desejo (tanto por parte de instituições oficiais como de entidades privadas) de “gerir” a informação que sobre elas chegava ao espaço público não cessaram de proliferar ao longo de todo o século XX, e muito em particular a partir das décadas de 1960/70. Cada vez menos os jornalistas tinham a

possibilidade de contactar directamente os protagonistas envolvidos nos assuntos que noticiavam (as “fontes primárias”), e cada vez mais a informação lhes chegava – até sem terem de a procurar por sua iniciativa – “em segunda mão”, pela acção de intermediários, progressivamente profissionalizados, que filtravam os dados em função dos interesses próprios dos patrões para quem trabalhavam. A multiplicação de profissionais de relações públicas, de gabinetes de assessoria de imprensa e de empresas encarregadas de gerir a comunicação e a imagem das mais diversas instituições era a tradução mais visível daquilo a que Chaparro (2001) chama a “**revolução das fontes**”, uma importante mudança nos fluxos modernos de recolha de informação:

As fontes tornaram-se entidades organizadas, interessadas e preponderantes, mesmo quando não aparecem (...). Mais do que detentoras de informação ou de conhecimento, as fontes tornaram-se produtoras competentes dos acontecimentos e saberes que interessam aos jornalistas. Almejam o sucesso, nos confrontos em que se envolvem. E o sucesso depende da divulgação que possa ser acreditada. Por isso buscam a linguagem e o ambiente do jornalismo (Chaparro, 2001: 42).

Esta “revolução” não só introduziu novos filtros (quantitativos e qualitativos) no acesso dos jornalistas às fontes, como se estendeu à própria criação de informação para uso mediático, à construção e organização de “eventos” que não existiriam no mundo real se não fosse seu objectivo serem noticiados – os chamados “pseudo-eventos”, entretanto teorizados sobretudo por Daniel Boorstin (Boorstin, 1987). Igualmente significativa é a chamada de atenção de Chaparro para o facto de estas fontes profissionalizadas terem, logo desde os primórdios (recorde-se a passagem de Ivy Lee pelo jornalismo, a exemplo do que faria depois a grande parte dos profissionais ligados a assessoria de imprensa, relações públicas ou empresas de comunicação e imagem), utilizado “a linguagem e o ambiente” do jornalismo⁶¹.

Sucede isto por dois motivos: por um lado, utilizam-se modelos de escrita e edição jornalística já longamente desenvolvidos e testados em contextos muito variados, que garantem eficácia comunicativa e não são recebidos como estranhos pelos profissionais encarregados de os tratar em termos noticiosos; por outro lado, o uso destes instrumentos com uma reputação feita acaba por, supostamente, emprestar às actividades de persuasão,

⁶¹ Esta eventual sobreposição de funções, e sobretudo o “trânsito” de profissionais do jornalismo por estes campos diversos de actividade, com idas e voltas sucessivas, levanta frequentemente dúvidas sobre a maior ou menor compatibilidade das diferentes funções. E as próprias soluções encontradas diferem de país para país, como pode constatar-se no facto de, em Portugal, um jornalista dever suspender a sua Carteira Profissional quando se dedica a actividades de assessoria de imprensa ou de relações públicas e, no Brasil, pessoas em idênticas circunstâncias conservarem o título profissional e continuarem, legalmente, a ser jornalistas.

publicidade ou propaganda uma marca de credibilidade, e até um tom de isenção e distanciamento, que elas frequentemente não têm – ao contrário do jornalismo. O reverso da medalha é, naturalmente, a potencial confusão quanto ao tipo de mensagens, e quanto aos seus objectivos, junto da opinião pública. O que, mais uma vez, acaba por significar um desafio suplementar de exigência profissional para os jornalistas, com o pressuposto de que, restringindo-se eles ao papel de uma “câmara de eco” objectiva e anódina de tudo o que lhes chega das fontes, não cumprem o essencial da sua função de informar.

2.4.4. - A responsabilidade social do jornalista

O aprofundamento do tema da objectividade, nas suas múltiplas facetas, contribuiu para avançar no processo de definição das especificidades do jornalismo, quer no que toca às responsabilidades do jornalista na prossecução do direito dos cidadãos à informação, quer no que respeita ao desenho mais elaborado dos modos de procedimento próprios da profissão, desde o processo inicial de pesquisa de informações até ao estilo da sua apresentação final num tipo de narrativa que consolidava algumas marcas distintivas (o chamado *news paradigm*, que se foi afirmando como um património importante para a construção de uma identidade profissional). E se se julgou útil, nesta fase histórica, tirar todo o partido que a defesa de uma “conduta de objectividade” (Ricoeur, *apud* Mesquita, 2003: 213) inquestionavelmente trazia ao jornalismo, não é menos verdade que a consideração das suas insuficiências e riscos ajudou, por contraposição, a desenvolver novas perspectivas de abordagem jornalística da actualidade mais preocupadas com o enquadramento e a interligação dos factos do que com o seu reporte puro e simples.

Aqui se enquadram o “jornalismo interpretativo” e o “jornalismo de investigação” – este último retomando, embora em moldes mais reflexivos e menos sensacionalistas, a tradição incipiente dos *muckrackers* que vinha do início do século, dos jornais populares americanos. Ambas as modalidades acabariam por enformar em grande medida a imprensa “de referência” de que hoje dispomos, procurando impedir que os jornalistas ficassem prisioneiros de um conceito de objectividade entendida de modo superficial e, simultaneamente, afirmando-se como resposta mais elaborada aos novos constrangimentos que a “revolução das fontes” introduzira no processo de tratamento informativo da actualidade. O pressuposto desta nova atitude de exigência relativamente ao trabalho jornalístico e às suas novas preocupações pode ser bem sintetizado na célebre frase do relatório “*A Free and Responsible Press*”, elaborado em 1947, nos EUA, pela chamada “Comissão Hutchins”: “*It is no longer enough to report the fact truthfully. It is now*

necessary to report the truth about the fact” [“Já não basta relatar os factos com verdade; é necessário dizer a verdade sobre os factos”] (cit. em Mesquita, 2003: 271).

Esta “Comissão Hutchins”⁶² – formalmente intitulada “Comissão sobre a Liberdade da Imprensa” – desenvolveu o seu trabalho entre 1944 e 1947 e tem um lugar relevante no processo de afirmação da especificidade profissional dos jornalistas, pois é a partir do seu relatório que ganha corpo a chamada “**teoria da responsabilidade social**” da imprensa – uma teoria que, acentuando o papel imprescindível da informação mediática na dinamização do espaço público, procurava simultaneamente dar resposta às preocupações que vimos enunciando, e às quais se somavam os crescentes constrangimentos económicos e empresariais decorrentes da mercantilização das notícias. O ponto de partida era que a própria liberdade de imprensa podia estar, apesar das aparências formais, em risco, e a sua preservação implicava, tanto da parte das empresas do sector como sobretudo dos jornalistas, uma atenção redobrada aos objectivos mais nobres da sua missão:

As principais funções atribuídas aos *media* noticiosos pela doutrina da “responsabilidade social” consistiam em fornecer a informação necessária ao debate político, esclarecer o povo acerca das suas opções políticas, defender os direitos individuais, contribuir para o desenvolvimento da economia através da prestação de serviços, divertir e, finalmente, assegurar a sua própria autonomia, de forma a resistirem a pressões externas. A noção de “responsabilidade social”, tal como foi repensada no pós-guerra, envolvia uma redefinição ambiciosa do trabalho jornalístico, reivindicava a necessidade de um jornalismo explicativo de forma a contextualizar os factos, bem como a transformação dos jornais em espaços de debate e crítica, abertos ao pluralismo de opiniões (Mesquita, 2003: 271).

Esta mesma teoria, a par das preocupações que lhe deram corpo, haveria de ser retomada e desenvolvida mais tarde, em 1983, na célebre declaração da UNESCO sobre os *media* cuja actualidade se mantém inalterada. Aí se defende com toda a clareza que “no jornalismo, a informação é entendida como um bem social e não como um simples produto” (cit. em Aznar, 1999: 166), e que o jornalista, mesmo sendo um assalariado,

partilha a responsabilidade da informação transmitida (...) [e] é, portanto, responsável não só perante os que dominam os meios de comunicação, mas, em última análise, perante o grande público, tomando em conta a diversidade dos interesses sociais. A responsabilidade social do jornalista exige que ele actue em todas as circunstâncias em conformidade com a sua própria consciência ética (*ibid.*: 166-167).

Ética: eis outra das traves-mestras do processo de profissionalização e afirmação identitária dos jornalistas que, nesta fase histórica de consolidação e aprofundamento dos atributos profissionais iniciada em finais do século XIX, ganhou uma especial pertinência.

⁶² A designação advém do nome do presidente da referida comissão, Robert M. Hutchins, reitor da Universidade de Chicago.

Para além dos novos desafios já referidos, a envolvente económica do jornalismo tornou-se cada vez mais presente e actuante, por força sobretudo da **liberalização** dos mercados, da **concentração** empresarial, tanto a nível nacional como multinacional, do aumento da **concorrência**, com a inerente dificuldade suplementar de rentabilização dos projectos mediáticos, e da **convergência** proporcionada pelas inovações tecnológicas, com o surgimento de grandes conglomerados multimediáticos, onde se foram também associando (e interpenetrando) as lógicas de produção dos mais diversos “conteúdos” (editoriais ou outros) com as lógicas de domínio dos canais de telecomunicações para distribuição desses “conteúdos”. O espaço de liberdade e de autonomia do jornalismo foi-se sentindo mais afectado por lógicas sobretudo comerciais, com o consequente impacto junto da opinião pública, cada vez menos em posição de destringer adequadamente, de entre todas as mensagens que lhe iam chegando, as que decorrem de uma lógica de **informação** genuína e as que se deixam confundir com a lógica do universo mais lato e mais ambíguo da **comunicação**.

A consciência crescente da necessidade de “separar águas” e de estabelecer uma plataforma clara de compromisso com os cidadãos – sempre no sentido de conseguir deles o reconhecimento pelo serviço público que o jornalismo reivindica e no qual fundamenta a sua legitimidade – levou a que tenham começado a multiplicar-se, por exemplo, os códigos deontológicos da profissão. Se os primeiros tinham surgido logo nas décadas iniciais do século XX (em França, nos EUA e em alguns países escandinavos), a verdade é que estes instrumentos de auto-regulação da moral profissional dos jornalistas só se generalizaram depois da 2ª Guerra Mundial, alargando-se mesmo a outros espaços que não o europeu ou o americano (Aznar, 2005). As reflexões suscitadas pelo papel dos *media* durante o conflito, acrescidas a uma renovada consciência da importância da informação – que a Declaração dos Direitos Humanos, de 1948, apontou como um dos direitos humanos fundamentais –, ajudam a explicar esta proliferação de códigos de conduta.

Elas são também responsáveis pelas tentativas, nem sempre fáceis, de elaborar códigos de carácter internacional. Entre outros, surgiram em 1954 a “Declaração de Bordéus”, sob os auspícios da Federação Internacional de Jornalistas (FIJ), bem como o código ‘alternativo’ da federação concorrente, a Organização Internacional de Jornalistas (OIJ), em Praga. Anos mais tarde, em 1971, no âmbito da ainda restrita Comunidade Económica Europeia (hoje União Europeia), seria possível aprovar a “Carta de Munique” – uma “declaração de deveres e direitos dos jornalistas” que recebeu, essa sim, a concordância tanto da FIJ como da OIJ. Mas o documento mais importante deste tipo foi,

em 1983, a já referida declaração denominada “Princípios Internacionais de Ética Profissional do Jornalismo”, elaborada sob os ausílios da Unesco, considerada por Aznar (2005: 38) “sem dúvida a tentativa mais consistente e ambiciosa, até à data, de criar um código mundial de ética jornalística”.

Para além dos códigos deontológicos, outros instrumentos ligados às preocupações éticas dos jornalistas foram também surgindo nesta fase e afirmando-se progressivamente, desde os Livros de Estilo aos Estatutos de Redacção, passando pelos Conselhos de Imprensa. A eles voltaremos mais adiante, em particular no Capítulo V. Neste momento, o que importa reter é que as questões éticas e deontológicas, presentes desde sempre no percurso dos jornalistas a caminho de uma efectiva profissionalização, ganharam uma extrema acuidade na segunda metade do século XX e as novas condições do exercício da actividade foram determinantes até para o alargamento do seu âmbito, tal como o sentimos nestes começos do século XXI:

[T]alvez a novidade mais fundamental desta etapa se encontre no facto de, pela primeira vez, a ética dos *media* deixar de ser uma preocupação exclusiva de editores e jornalistas. Desde há alguns anos, à medida do crescente protagonismo dos *media*, a ética jornalística passou a ter um lugar próprio no debate público das nossas sociedades. A relevância deste debate contribuiu, e há-de contribuir ainda mais, para que uma parte crescente do público saiba da existência destes códigos [deontológicos] e, o que é muito mais importante, os conheça e exija o seu cumprimento tanto aos *media* como aos jornalistas (Aznar, 2005: 42).

2.5 - As novas tecnologias e o alargamento do “campo”

Chegados ao troço final do século XX, e à passagem para o século XXI, podemos verificar que o processo de profissionalização dos jornalistas percorreu um longo caminho, nem sempre linear e nem sempre coincidente – quer no tempo, quer nos resultados obtidos – em todas as latitudes, mas a construção de uma identidade profissional bem definida e a conquista de um estatuto inequivocamente reconhecido ainda se confrontam com diversos problemas. Porventura essa é e será uma das suas especificidades.

Acresce que, com um contexto social em permanente e acelerada mudança, algumas novas questões vieram, nos tempos mais recentes, somar-se às controvérsias antigas, com consequências de dois tipos aparentemente paradoxais: por um lado, tornaram ainda mais problemática a delimitação de um espaço e um modo próprios, claros, inequívocos, para a actividade profissional dos jornalistas; por outro lado, trouxeram uma mais premente necessidade de trabalhar no sentido dessa delimitação, de maneira a contrariar o risco crescente de diluição da actividade (e da profissão) no mundo mais

vasto, e cada vez mais multiforme, da circulação de informação e da comunicação no espaço público.

2.5.1. - A Internet e o universo digital

Alterações muito profundas ao funcionamento da comunicação em geral, e dos *media* em particular, foram trazidas sobretudo pela entrada em cena da **Internet** – que começou a divulgar-se em escala mais larga durante a década de 1990 mas em menos de 10 anos se transformou num meio massivamente disseminado – e pela generalização das **tecnologias digitais** – que trouxeram uma agilidade nunca antes vista, no que toca à produção e edição de materiais e serviços informativos, à integração de diferentes géneros, formatos e suportes, e ainda à diversidade de figurinos de distribuição, recepção e uso.

A novidade maior deste período, no que toca às modalidades de apresentação e difusão de informação jornalística, foi a autêntica explosão das publicações *on-line*, quer como versões complementares dos *media* tradicionais, quer como meios próprios funcionando exclusivamente no universo digital. O chamado **jornalismo on-line** – ou, com mais propriedade, **ciberjornalismo** ou **jornalismo digital** – depressa começou a desenvolver-se como uma disciplina específica, com algumas características próprias como o trabalho no novo ambiente do hipertexto e a utilização de ferramentas que possibilitam uma integração de linguagens e suportes completamente inovadora⁶³. No princípio, as versões electrónicas dos jornais nada mais eram do que duplicações exactas dos materiais preparados para suporte papel (Fidalgo, 2000b). Mas as empresas jornalísticas depressa começaram a perceber que este canal de comunicação com os leitores, aliado às enormes potencialidades do suporte digital, permitia desenvolvimentos próprios. Assim, os jornais *on-line* rapidamente começaram a autonomizar-se dos seus “sósias” de papel, oferecendo serviços complementares só possíveis por esta via e abrindo novas possibilidades de rentabilização do enorme manancial de dados que um jornal acumula diariamente: consulta de edições anteriores ou de *dossiers* especiais, *links* para áreas afins, estímulo à participação dos leitores em debates, fóruns e sondagens, venda de produtos e de serviços (editoriais e não só), divulgação de publicidade, etc.

⁶³ As primeiras versões *on-line* de jornais portugueses surgiram no ano de 1995, começando com o *Jornal de Notícias*, a que logo se seguiu o *Público* e, algum tempo depois, o *Diário de Notícias*. Um alargado balanço reflexivo destes primeiros 10 anos de jornalismo digital em Portugal é feito num número monográfico (2006, nº9) da revista *Comunicação e Sociedade*, do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho (no prelo).

A própria periodicidade tão típica da informação jornalística – não é por acaso que a língua castelhana usa a designação *periodismo* para o jornalismo – se viu completamente subvertida, dadas as possibilidades de difusão **em contínuo** proporcionadas pelas novas tecnologias. Assim, os fluxos informativos passaram a estar operacionais (e disponíveis) 24 horas sobre 24 horas, evoluindo de uma lógica “de periodização” para uma lógica “de fluxo” e “de rede”, e adequando-se, por assim dizer, ao ritmo natural dos acontecimentos na actualidade – embora trazendo, com isso, novos riscos ao trabalho informativo, cada vez mais feito “em cima da hora” e sem o tempo mínimo de reflexão ou distância que um ofício destes tão frequentemente exige. Os próprios jornais tradicionais procuraram tirar partido destas novas possibilidades, alargando o contacto com o público ao longo do dia, independentemente do momento ritual de publicação da edição em papel: entre muitos possíveis, refiram-se os exemplos de um jornal diário como o *Público*, que criou no seu *site* uma secção chamada “*Última Hora*” onde, ao longo do dia, passou a fornecer antecipadamente informação sobre assuntos da actualidade (sem prejuízo do seu tratamento mais aprofundado na edição ‘normal’ da manhã seguinte), ou de um jornal semanário como o *Expresso*, que passou a oferecer pela via *on-line* notícias e comentários editoriais aos seus leitores durante todos os dias da semana, embora mantendo a publicação da tradicional edição em papel aos sábados.

A generalização dos *media on-line*, ou de versões *on-line* dos *media* tradicionais, trouxe igualmente uma mudança sensível nas relações entre os *media* e os seus públicos, relações essas que passaram basicamente a ser mais simples – e, pelo menos em teoria, mais próximas. A facilidade de contacto proporcionada pelos meios digitais, com destaque para a generalização do correio electrónico (*e-mail*), abriu canais de comunicação, quer com as instituições, quer com os seus profissionais individualmente considerados (directores, editores, jornalistas), que agilizaram as trocas de informações, comentários e críticas, abrindo um campo de **interactividade** entre os públicos e os *media* que passou a ser olhado como uma das marcas mais características – e potencialmente mais estimulantes – desta nova fase dos meios de comunicação social.

O trabalho dos jornalistas, pelo seu lado, viu-se também influenciado pelas novas exigências associadas a estes novos meios e ao ciberjornalismo, nomeadamente no que respeita a duas das suas características mais importantes: a multimedialidade e a hipertextualidade. O seu domínio e o aproveitamento das suas enormes potencialidades requerem e mobilizam, como se imagina, uma série de novas competências, não só no

domínio mais especificamente técnico, mas também nos modos de conceber a edição e apresentação da informação.

Já no dealbar do século XXI, surgiu e afirmou-se mais uma novidade cujo enorme impacto rapidamente se fez sentir, embora esteja ainda nos seus inícios: a tão célere como intensa proliferação desses instrumentos individuais (ou grupais) de difusão de informação e opinião no espaço público à escala global – ou seja, à escala da “rede” mundial traduzida na Internet – que são os *weblogs*, já ‘baptizados’ entre nós com o termo aportuguesado de **blogues**. Técnica e economicamente acessíveis a qualquer mediano utilizador de um computador pessoal (ao contrário do que acontece com a construção de um *site*), estes novos instrumentos aproveitam os vastos horizontes de comunicação global propiciados pela Internet, hoje agilizados pela largura de banda disponível, que torna mais rápido o trânsito e mais amplo o canal – o que possibilita a transmissão de sons e imagens, tanto paradas como em movimento, numa lógica de integração multimédia bem típica dos mecanismos actuais, tendencialmente disponíveis para qualquer cidadão a partir de sua casa. A isto se soma, entre outras inovações, a progressiva sofisticação técnica dos **telemóveis**, cuja generalização massiva e cuja portabilidade fazem com que, tendencialmente, qualquer pessoa em qualquer lugar possa comunicar (transmitir e receber palavras, sons, imagens) com qualquer outra pessoa em qualquer outro lugar, ou simultaneamente com muitas outras pessoas em muitos lugares. E a experiência de anos recentes já tem revelado eloquentemente como estas novas e variadas possibilidades técnicas de comunicação e difusão de informação são cada vez mais utilizadas no dia-a-dia, não só a um nível interpessoal mas a níveis alargados a todo o espaço público, ‘cruzando-se’ (ou seja: complementando, interferindo, escrutinando, criticando, desafiando) com o campo específico do jornalismo em moldes tão diversos que será, nesta altura, precipitado antecipar o futuro deste relacionamento.

O certo é que o quadro aqui sinteticamente apresentado já teve e vai decerto continuar a ter, no seu conjunto, significativas implicações no trabalho jornalístico. Enumeremos, a título de exemplo, algumas delas:

- Acelerou o processo que vem retirando aos jornalistas o **monopólio** da difusão de informação sobre a actualidade no espaço público, permitindo a entrada de novos actores neste cenário, a diferentes níveis. Por um lado, as “fontes primárias” de informação passaram a ter meios (sobretudo graças à Internet) de contactar directamente os cidadãos com muito mais facilidade, sem a intermediação dos

meios de comunicação social ou dos jornalistas; por outro lado, os próprios cidadãos passaram a ter um acesso facilitado a essas “fontes primárias”, dependendo isso apenas da sua iniciativa e de um conhecimento mínimo da ‘cartografia’ das instituições e dos mecanismos de navegação no ciberespaço; por outro lado ainda, ficou também muito mais acessível à generalidade dos cidadãos a possibilidade de eles mesmos, com custos e conhecimentos elementares, criarem projectos autónomos de edição e difusão de informação no espaço público, desenvolvendo iniciativas que nalguns casos se apelidam, com maior ou menor propriedade, de “jornalismo participativo” ou “jornalismo cívico” – significando uma intervenção de cidadãos na esfera pública com os mecanismos, os procedimentos e, nalguns casos, os próprios objectivos tradicionalmente reservados aos jornalistas profissionais integrados em empresas de *media*;

- Criou novas exigências profissionais aos jornalistas, obrigando-os a dominar uma panóplia cada vez mais vasta de instrumentos de pesquisa, tratamento e edição da informação, bem como a manusear, e até a integrar, ‘linguagens’ que antes eram normalmente vistas em compartimentos estanques, associados a uma especialização por suporte (texto escrito – hipertexto – infografia – som – imagem parada – imagem em movimento). Um progressivo esbatimento das tradicionais fronteiras entre trabalhadores ‘intelectuais’ da **informação** e trabalhadores ‘técnicos’ da **comunicação** trouxe acrescidos desafios à definição da especificidade do trabalho jornalístico neste universo alargado daqueles a que hoje cada vez mais se chama *media workers* que é o universo das empresas e grupos mediáticos do nosso tempo, tendo também suscitado alguma necessidade até de rearrumação e red denominação profissional ⁶⁴ ;
- Colocou os *media* em geral, e os jornalistas em particular, mais próximos do público e mais acessíveis a ele – e também, pelo menos teoricamente, mais escrutináveis por ele –, sobretudo graças à generalização dos meios de contacto

⁶⁴ Cite-se, a este propósito, a criação, no âmbito do Sindicato dos Jornalistas português, do Núcleo Sindical de Jornalistas On-line – nascido formalmente em Setembro de 2002, depois de um 1º Encontro Nacional, informal, realizado em 2001, onde se alertara, entre outros aspectos, para a necessidade de “os jornalistas de publicações electrónicas não [poderem] ser confundidos com outros produtores de conteúdos sem capacidade editorial” (SJ, 2003).

electrónicos (*e-mail*) que permitem desenvolver uma interactividade nunca antes conseguida a esta escala;

- Levou a que os próprios jornalistas, individual ou colectivamente, passassem a utilizar novos canais de contacto com o público (blogues individuais, blogues de órgãos de comunicação), desenvolvendo modos de expressão (ou de intervenção) mais pessoais e complementares do trabalho informativo tradicional. Em vários casos, estes “diários digitais” permitem – com a vantagem de funcionarem em tempo real, ao contrário da informação ‘periodificada’ dos meios de comunicação clássicos – mostrar ao leitor o contexto mais alargado em que trabalha o jornalista, bem como as condições específicas do exercício da sua actividade, com a vantagem de possibilitarem uma escrita mais livre de constrangimentos e mais personalizada. Esta é, contudo, uma vantagem que nalgumas situações pode ter um efeito perverso, ‘libertando’ o jornalista também das regras de exigência profissional e deontológica típicas do seu ofício e levando-o a escrever no seu blogue tudo aquilo que, em virtude das ditas regras, não pôde (ou entendeu que não devia) escrever na peça publicada pelo jornal;
- Por tudo o que atrás fica dito, estes desenvolvimentos tecnológicos (aliados a um crescendo de competição entre órgãos de comunicação funcionando cada vez mais ao ritmo minuto-a-minuto do ciberespaço) tornaram ainda mais presentes e prementes os constrangimentos de tempo com que o jornalista se confronta: cada vez mais é preciso chegar mais cedo, escrever mais depressa e transmitir com mais rapidez – para o que contribuem fortemente os omnipresentes computador portátil e telemóvel / telecâmara digital, cada vez menos dependentes até dos fios⁶⁵ –, sendo certo que a possibilidade de actualizações permanentes do material informativo vem propiciando atitudes do tipo “divulgo agora e confirmo depois”⁶⁶.

⁶⁵ A este propósito, começa até a falar-se de uma espécie nova de jornalista, o “jornalista *‘backpack’*”, alguém que é enviado sozinho para o terreno e que leva / utiliza equipamento para produzir texto, fotografia, som, imagem, animação, etc., podendo transmitir material informativo a partir de qualquer sítio do mundo para o seu jornal, a sua revista, a sua rádio, a sua televisão, o seu *site* de Internet, o seu blogue... As experiências ainda não são muitas, mas não falta quem sugira que este profissional multimédia poderá ser o verdadeiro jornalista do futuro (S. Pereira, 2003).

⁶⁶ Para além das tecnologias, também as pressões de mercado aceleram este “tempo” jornalístico, com efeitos arriscados no plano ético. Como em tempos lamentou a (à época) Provedora do Leitor do *Diário de Notícias*, Estrela Serrano,

Globalmente, parece poder dizer-se que a evolução das tecnologias digitais vem marcando, de modo aparentemente irreversível, o trabalho dos jornalistas, sendo que a omnipresença da Internet e as solicitações crescentes de produtos e formatos multimédia passaram a constar do dia-a-dia desta actividade. “O debate (...) sobre as diferenças entre um jornalista e um jornalista digital é irrelevante. Dentro de anos, não sei quantos, todos vão ser digitais. Esse vai ser o seu meio de trabalho”, dizia o professor e investigador Ramón Salaverría, numa entrevista ao jornal *Público*, onde também sublinhava a importância do 11 de Setembro de 2001 [atentado terrorista contra as torres do World Trade Center, em Nova Iorque] e da respectiva cobertura mediática para os novos tempos informativos: “Depois do 11 de Setembro, a Internet configura-se como um verdadeiro meio de comunicação, tanto para o público como para os jornalistas” (Salaverría: 2003).

Acontecimentos como o “11 de Setembro” – e outras tragédias de grande dimensão que se lhe seguiram, como os atentados terroristas em Madrid (2004) e em Londres (2005), ou as devastações provocadas pelo *tsunami* na Ásia e pelo furacão “Katrina” nos EUA (2005) – mostraram, de facto, que os *media* tradicionais, no seu ritmo de funcionamento tradicional, já não eram a única maneira (nem, porventura, a mais capaz em algumas circunstâncias) de os cidadãos se manterem bem informados. Para além da televisão em directo – omnipresente no panorama mediático contemporâneo, com o que isso implica de redefinição da vocação dos *media* escritos, no sentido da **interpretação** mais do que da **revelação** –, os múltiplos canais de difusão de informação *on-line*, tanto institucionais como individuais, revelaram nessas ocasiões uma capacidade de acompanhar os acontecimentos “em cima da hora” e uma pluralidade de abordagens que deram bem a medida dos novos contornos do espaço público mediático. Embora, naturalmente, não tenham deixado também de suscitar algumas controvérsias a propósito dos princípios e regras que devem, ou não, reger esse espaço⁶⁷.

“publicar antes da concorrência é a regra, independentemente de a informação estar ou não investigada e confirmada” (cit. por Madeira, 2003).

⁶⁷ Entre muitos exemplos possíveis, retenha-se a polémica a propósito da publicação ou não, nos *media* londrinos, de fotografias do atentado terrorista ocorrido no metropolitano, em 2005, tiradas por cidadãos que se encontravam no local da tragédia e que dispunham de telemóveis com câmara fotográfica. Por um lado, tratava-se de documentos únicos, pois os jornalistas só muito depois chegaram ao local do atentado; por outro lado, as fotografias tiradas por não-profissionais não revelavam, à partida, os cuidados de natureza ética ou deontológica que são próprios do jornalismo – e, nalguns casos, adequavam-se apenas ao que se julgava mais apetecível para os jornais: imagens ‘fortes’ e dramáticas.

2.5.2. - A crescente pressão económica

No plano económico, e muito em particular nos domínios empresarial e laboral, este período mostrou uma aceleração de tendências que já vinham de trás, designadamente no que respeita à concentração – com a ‘convergência’ dos diferentes suportes e tecnologias (multi)mediáticas no seio de um mesmo grupo, e também com a aproximação das empresas de telecomunicações (distribuidoras) às empresas editoriais (produtoras)⁶⁸ –, à globalização e à concorrência acrescida.

Um ambiente onde as tendências prevalecentes são as da hiper-liberalização política e da desregulação dos mercados foi favorecendo este quadro. As sinergias entre as diferentes empresas de um mesmo grupo e as economias de escala conseguidas por essa via tornaram comum a divulgação de notícias sobre a redução de efectivos jornalísticos, desde os mais pequenos jornais regionais até aos títulos mais prestigiados e aparentemente mais sólidos, como o *The New York Times*, o *Financial Times* ou a agência *Reuter*, tendo o ‘emagrecimento’ das empresas (o tão glosado *downsizing*) passado a constar do vocabulário habitual desta actividade.

A precarização das condições laborais, por força da presença crescente de uma força de trabalho jovem, recém-saída das universidades e necessitada de emprego a qualquer custo num mercado em que a oferta é muito superior à procura, tem sido outra das constantes desta época, agravada pela mais difícil rentabilização económica dos projectos editoriais. E esta leva também, pelo seu lado, a uma crescente pressão no sentido de uma total polivalência dos jornalistas, independentemente do suporte para o qual estejam mais preparados para trabalhar de modo competente. As controvérsias mais recentes entre nós a propósito dos “direitos de autor” dos jornalistas são, aliás, reflexo interessante destas novas realidades.

⁶⁸ Caso emblemático desta nova tendência de aproximação (e domínio) das empresas de “distribuição de conteúdos” às empresas de “produção de conteúdos” foi a fusão, no ano 2000, entre os dois gigantes americanos America OnLine (AOL) e Time Warner, algo que um texto da prestigiada revista *The Economist* (S/A, 2000: 21) pôs em relevo na altura, ao considerar que aqueles dois conglomerados vinham de mundos diferentes mas estavam “preparados para fazer os compromissos necessários a um trabalho conjunto”, pois “reconhecem que precisam um do outro”. Também em Portugal se verificaram movimentos deste tipo, por exemplo com os fortes investimentos da Portugal Telecom nas áreas editoriais (com a aquisição do grupo Lusomundo, entretanto vendido ao grupo Controlinveste, do empresário Joaquim Oliveira), ou com a progressiva importância conferida pelo grupo Sonae à sua área de telecomunicações e comunicações móveis, ao lado de uma pequena, embora prestigiada pela imagem de marca (*Público*), presença na área editorial.

2.5.3. - Novos desafios éticos

Também no plano da ética e da deontologia se aprofundaram e complexificaram as controvérsias a que aludimos no ponto anterior e que, por força de alguns novos acontecimentos, colocaram ainda maior pressão na necessidade de o grupo profissional dos jornalistas redobrar atenções a este domínio, quer auto-regulando-se de modo mais eficaz, quer favorecendo iniciativas e mecanismos de ‘prestação de contas’ (de *accountability*) ao público para quem trabalha.

A cobertura jornalística de assuntos com um grande impacto mediático – fossem processos judiciais de alcance pouco comum no que toca a protagonistas conhecidos do grande público (como sucedeu em Portugal, em 2004 e 2005, com o “caso Casa Pia”), fossem tragédias de forte incidência emocional (como a queda da ponte de Entre-os-Rios, em Portugal (2003), o *tsunami* na Ásia (2005), ou a cobertura das guerras no Kosovo, no Afeganistão e no Iraque) – provocou frequentes e acaloradas polémicas sobre a exigência ética e o rigor deontológico com que esta actividade ia sendo exercida.

Simultaneamente, questionou-se, porventura mais do que em períodos passados, até que ponto as “leis do mercado” e o desejo de sucesso rápido a qualquer preço se vão sobrepondo aos princípios de independência, autonomia e prossecução do interesse público, em virtude de uma concorrência feroz entre meios e de uma submissão crescente a critérios comerciais. Episódios marcantes como os de jornalistas ‘apanhados’ a inventar reportagens ou a plagiar histórias alheias (em especial o de Jayson Blair, sintomaticamente ocorrido – entre 2001 e 2003 – num dos títulos mais sólidos e mais prestigiados da imprensa mundial como é o *The New York Times*), de órgãos de comunicação demasiado permissivos quanto ao (ab)uso de fontes confidenciais (casos Jayson Blair e Rick Bragg no *The New York Times*, caso Jack Kelley no *USA Today*), de complicada gestão do sigilo profissional dos jornalistas, por vezes com consequências dramáticas (trágico caso de David Kelly / *BBC*, na Grã-Bretanha), de fotografias manipuladas em laboratório para alterar o real (fotos da guerra no Iraque, fotos do “11 de Março” em Espanha), para só citar alguns, são ilustrativos deste ambiente.

O debate sobre a multiplicação de “derrapagens éticas” no trabalho jornalístico, quando não mesmo de uma postura de “relativismo ético” maneado a bel-prazer dos interesses específicos de certa situação, momento ou empresa, teve ecos e repercussões a três níveis distintos, ainda que complementares (Fidalgo, 2006):

- **Ao nível do grupo profissional dos jornalistas** – Vozes tanto de dentro como de fora do grupo profissional repetiram as dúvidas sobre a adequação (em termos de credibilidade pública, de autoridade entre os pares e de eficácia de actuação) dos organismos auto-reguladores dos jornalistas em matéria de deontologia aos desafios que hoje se colocam. Voltaram a ouvir-se em Portugal algumas opiniões favoráveis à criação de uma Ordem dos Jornalistas⁶⁹, enquanto o próprio Governo, em 2005, entendeu desenvolver iniciativas legislativas de revisão do Estatuto do Jornalista no sentido de procurar atribuir a um órgão já existente (a Comissão da Carteira Profissional) competências de juízo e sanção disciplinar em matéria do foro deontológico.

A novidade da ‘incorporação’ de jornalistas junto às tropas americanas, para supostamente os proteger e lhes facilitar o trabalho de cobertura na guerra do Iraque, em 2005, foi outra circunstância que suscitou muitas interrogações no seio do grupo profissional (e não só), não tendo faltado quem criticasse a excessiva proximidade de uma das partes em conflito e os riscos suplementares de manipulação da informação transmitida. A “avaliação positiva” (Bauer, 2003) feita pelo Pentágono à experiência dos jornalistas *embedded* não foi, como se imaginará, compartilhada pela comunidade profissional. Embora se tenham reconhecido vantagens a esse esquema (nomeadamente a proximidade face aos acontecimentos na “linha da frente” e a possibilidade de mais relatos diversos, ao contrário do que fora proporcionado pelo restritivo sistema de *pools* na primeira Guerra do Golfo⁷⁰), e não obstante se tenha visto que também do lado oposto chegaram mais informações do que em conflitos anteriores (graças à maior presença da Internet no espaço mediático e graças ao trabalho das televisões árabes como a Al-Jazeera⁷¹),

⁶⁹ Trata-se de uma matéria que continuou a suscitar muitas dúvidas, mesmo entre os mais claros defensores de um poder disciplinar mais eficaz junto dos jornalistas, como o constitucionalista Vital Moreira, que insistiu que as Ordens (típicas de profissões liberais) “não são o único meio de organizar a autodisciplina profissional, não havendo muitos precedentes no caso dos jornalistas, pelo menos na Europa” (Moreira, 2004). A excepção continua a ser a Itália, com a sua Ordine dei Giornalisti de filiação obrigatória, que vem já dos tempos da ditadura fascista de Mussolini: foi criada em 1925 e de alguma modo ‘recuperada’ em 1943, com o regresso da democracia, sendo actualmente regida por legislação mais recente (1963). Mas persiste entre os italianos alguma discussão sobre a constitucionalidade da lei que a fundamentou (Moreira, 1997: 281).

⁷⁰ A este respeito, registe-se também uma inovação no plano tecnológico, que permitiu imagens em directo a partir de quase todo o lado, nesta segunda guerra do Iraque: o uso generalizado do videofone.

⁷¹ Quanto aos propósitos mais ou menos conseguidos dos “*embedded*”, o jornalista Armando Rafael escreveu: “Todo o sistema foi concebido como uma forma de controlo da informação por parte do Pentágono, objectivo que não resistiu,

foi muito discutida a questão de saber até que ponto era possível a um jornalista nessas condições manter, mesmo do ponto de vista psicológico e emocional, o distanciamento mínimo que uma cobertura jornalística exige. Uma questão, aliás, que tinha sido levantada logo na primeira Guerra do Golfo, em 1990-91, a primeira guerra “transmitida em directo pela televisão” (pela CNN).

- **Ao nível das empresas jornalística (e, especificamente, das redacções)** – A ocorrência de alguns escândalos e a maior sensibilidade face às questões éticas e deontológicas suscitadas por casos de grande impacto público levaram também as empresas jornalísticas a tomar iniciativas com o objectivo aparente de recuperar, face aos seus auditórios, uma credibilidade em queda.

Na sequência do *affair* Jayson Blair, por exemplo, a imprensa norte-americana de referência adoptou regras bastante mais restritivas quanto ao uso de fontes confidenciais ou ao recurso a citações indevidamente identificadas, tendo também multiplicado os *fact-checkers* – profissionais encarregados de indagar no terreno, após a publicação de determinadas notícias, se elas correspondiam à realidade e se as fontes referidas se reviam nos relatos transcritos. No interior das redacções, investiu-se mais no acompanhamento e formação de jovens jornalistas, tendo alguns jornais (como o *The New York Times*) nomeado editores responsáveis exclusivamente pelo acompanhamento dos mais novos na profissão, pela vigilância dos padrões internos da publicação e por uma espécie de ‘controlo de qualidade’ de todos os materiais publicados. Uma revisão aprofundada dos Livros de Estilo – mais uma vez, no sentido de uma grande restrição ao uso de fontes não identificadas – foi feita em títulos prestigiados como o *The Washington Post* e o *The New York Times*, tendo este último nomeado finalmente (em Dezembro de 2003) o seu Provedor do Leitor, uma função cuja importância, ao contrário do seu mais directo concorrente, até aí sempre desvalorizara.

Noutras latitudes, fez-se sentir o empenho na elaboração de códigos de conduta ou de instrumentos semelhantes de escrutínio deontológico da actividade jornalística: isso sucedeu por exemplo em Espanha, onde se iniciou, em Dezembro de 2004, o

contudo, à força das imagens captadas e divulgadas pelas televisões árabes como a Al-Jazeera, a Abu Dhabi TV e a Al-Arabya” (Rafael, 2003).

debate parlamentar com vista à aprovação de um Estatuto do Jornalista Profissional, incorporando também um Código Deontológico.

A um nível mais global, merecem menção diversas iniciativas de auto-regulação em Portugal, no plano empresarial, como o acordo assinado por uma vintena de órgãos de comunicação social, em Novembro de 2003, sob os auspícios da Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS), tendo especificamente em vista a cobertura noticiosa de processos judiciais. Já antes, em Março de 2001, diversos meios nacionais tinham assinado uma “declaração de compromisso” relativa à (não) cobertura noticiosa de situações em que indivíduos se barricassem como forma de protesto; também em 2001, na sequência de várias reuniões promovidas com a ‘arbitragem’ da AACS, as três cadeias de televisão generalistas (RTP, SIC e TVI) chegaram a acordo sobre o texto mínimo de um pacto de auto-regulação com vista a disciplinar os *reality shows* (mas que rapidamente se transformou em letra morta); em Junho de 2004, representantes de várias empresas de *media* assinaram um documento intitulado “Plataforma Comum da Ética dos Conteúdos Informativos nos Meios de Comunicação” (sob os auspícios da Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social), uma iniciativa ambiciosa no plano da auto-regulação que se pretendia assumida por todos os parceiros da actividade mediática no país mas que ainda não foi levado à prática (Figueiredo, 2004).

- **Ao nível da relação com o(s) públicos(s)** – Muitas das iniciativas atrás referidas tiveram em vista recuperar alguma credibilidade perdida pelos *media* e restaurar a confiança junto do público leitor / ouvinte / espectador. A este propósito, foi-se assistindo, em anos mais recentes, a uma progressiva abertura dos órgãos de comunicação face ao exterior, quer dando mostras de uma maior receptividade às críticas (por via, por exemplo, dos Provedores do Leitor / do Ouvinte / do Telespectador), quer abrindo ou agilizando canais de interacção com as suas audiências, por acção das facilidades que a Internet proporciona.

Uma maior atenção a outros instrumentos de difusão de informação e de opinião no espaço público – de que são exemplo maior os blogues – começou a ser prestada pelos próprios *media* tradicionais, que foram descobrindo neles algumas potencialidades de alargamento do espaço de audiência em novos formatos e por novos caminhos. Para além disso, estes novos instrumentos de auto-edição começaram a servir também como um modo de escrutínio dos *media* tradicionais,

podendo preencher uma função de *watchdog* sobre os próprios *watchdogs* clássicos. Foram dando, assim, alguma resposta à questão, frequentemente colocada, de que os *media* vigiam todas as instituições mas ninguém vigia essa instituição poderosa que são os próprios *media*.

Sublinhe-se, então, que as etapas mais recentes de um já longo e acidentado percurso histórico aceleraram, para o grupo profissional dos jornalistas, algumas tendências já vindas de trás, e configuraram, se não novas ameaças, certamente novos e importantes desafios à actividade jornalística, e designadamente ao perfil identitário dos profissionais deste ofício. Um perfil que, tendo sempre lutado com algumas dificuldades e indefinições no seu desenho, se vê agora, em plena era de expansão das tecnologias digitais, confrontado com perspectivas ainda mais movediças.

Entre os sinais referidos, destaque-se o que aponta para a progressiva desintermediação⁷² do processo informativo, com o terminar do tal monopólio para os jornalistas, cujo papel específico cada vez mais tenderá a ser redefinido (Fidalgo, 2006). Pelo que parece, a especificidade do trabalho dos profissionais da informação poderá estar, futuramente, menos associada à **revelação** de notícias ou dados ‘em primeira mão’, e mais à **interpretação, enquadramento e contextualização** dessas notícias, bem como a um novo serviço de **sinalização e certificação** que permita ao público orientar-se num ambiente cada vez mais inundado de fluxos informativos de todas as proveniências, e onde será fundamental saber navegar distinguindo ‘o trigo do joio’, para fazer um percurso autónomo mas crítico⁷³.

Releve-se também a multiplicidade de sinais que apontam para o esbatimento das fronteiras entre trabalho jornalístico (subordinado a um **interesse geral**) e trabalho promocional ou propagandístico (subordinado a um **interesse particular**), de que são exemplos mais visíveis as auto-promoções publicitárias de programas e produtos tanto em

⁷² Este processo de desintermediação é também, na opinião de alguns autores, um “processo de democratização da informação”, na medida em que esta se alarga aos cidadãos e lhes confere algum do poder até há pouco reservado exclusivamente aos jornalistas e aos *media* tradicionais (Salaverría, 2003).

⁷³ Um estudo feito pelo Pew Center for Civic Journalism junto de directores de 360 jornais americanos, em 2001, revela algumas destas tendências: a maioria dos directores inquiridos considerava que a principal função de um jornal é “explicar as notícias e proporcionar conhecimento”, enquanto que “ser o primeiro a dar a notícia” só aparece em segundo lugar, seguindo-se a função de “guardião do poder”, na terceira posição. Para 87 por cento daqueles responsáveis, os jornais devem ter “um papel mais alargado na comunidade para além do simples relatar de notícias” (Lopes, 2001).

jornais como em rádios e televisões, o trânsito frequente e as suspeitas repetidas de promiscuidade entre jornalismo, assessorias e empresas de imagem, comunicação e relações públicas, ou as iniciativas editoriais associadas a compromissos comerciais nem sempre assumidos de forma transparente junto do público. São sinais que, de algum modo, retomam tendências que começaram a entrever-se ainda em finais do século XIX, no contexto da industrialização da imprensa, que se desenharam mais nitidamente nos inícios do século XX, nos EUA, que se propagaram ao espaço europeu sobretudo em meados do século, no período do pós-guerra, e que tocaram Portugal de modo visível só quando foram repostas no país as condições essenciais de liberdade, quer no sentido político geral, quer no domínio mais específico da liberdade de expressão e da liberdade de imprensa.

3. Síntese conclusiva

Tendo presente, como sublinhou Ruellan (1997a), que uma das limitações de uma abordagem meramente funcionalista das profissões tem a ver com o facto de fazer desaparecer a sua dimensão histórica – quase sugerindo que elas ‘caminham por si’ e ignorando que são também “construções, enunciativas e organizacionais”, resultantes de múltiplas interacções em contextos situados –, considerámos útil percorrer com algum detalhe os caminhos pelos quais o jornalismo foi procurando definir-se, afirmar-se, consolidar-se e legitimar-se. Mais do que a profissão, entendida de modo fixo e estático, interessou-nos o processo de profissionalização, um processo de maturação porventura ainda inacabado (e não o estará sempre?...), mas que, nos seus avanços e recuos, nas suas ambiguidades e contradições, nas suas particularidades conforme os tempos e os lugares concretos, permite observar como um conjunto disperso de indivíduos, dedicado a tarefas variadas, se transformou num grupo profissional de alguma homogeneidade, com um património comum e um conjunto de princípios, normas e saberes partilhados.

Passámos, assim, pelos primórdios do ‘jornalismo’ dos “avisos” e “relações” muito ligados às necessidades de informação útil para o bom comércio, passámos pelos periódicos como simples extensões de uma actividade literária que se aproveitava de novos meios de se difundir em maior escala, passámos pelos jornais como instrumentos de luta política e de propaganda de ideários – mais livres aqui, mais amordaçados ali, que os apetites de controlo da palavra no espaço público quase nasceram com ele. Era um tempo

em que o ‘jornalismo’ permitia chegar a qualquer sítio, “na condição de que se saísse dele”: lugar de passagem, meio de promoção pessoal ou grupal, mero auxiliar de jogos que se jogavam noutros tabuleiros.

Vimos depois como, a partir de meados do século XIX, no contexto de importantes mudanças políticas, sociais, culturais, científicas e tecnológicas, o objectivo-motor da informação sobre a actualidade, do “reportar sobre o real quotidiano”, se foi progressivamente impondo como a marca mais própria e específica da imprensa. Um novo modelo reclamava novos protagonistas, especializados no *métier*, envolvidos nele a tempo inteiro, dedicados a esse trabalho como fim em si, como modo de vida e possibilidade de carreira – os repórteres, os jornalistas. Um novo modelo exigia também, para conquistar expressão e sucesso, toda uma infraestrutura empresarial que assegurasse as necessárias condições de produção, distribuição, comercialização e rentabilização da nova “mercadoria” – porque de “mercadoria” também efectivamente se tratava agora. A industrialização da imprensa, acrescentando ao trabalho nas notícias o negócio na publicidade, trouxe a sua crescente massificação e foi desenhando os contornos de um cenário contemporâneo onde se tornou incontornável, para o bem e para o mal, a onnipresença dos *mass media* (alargados entretanto à rádio, à televisão, ao universo *on-line*).

Vimos, de seguida, como a este “estado” de facto, o incipiente grupo profissional dos jornalistas se empenhou em acrescentar um “estatuto” de direito, procurando encontrar no ordenamento político-jurídico uma consagração que significasse, afinal, o reconhecimento formal da nova profissão – uma profissão apresentada (e representada) como émula de qualquer das ‘profissões estabelecidas’ à imagem do modelo liberal. E, além disso, uma profissão demarcada já não só da política e da literatura, mas também da propaganda e das relações públicas, dos múltiplos ofícios da comunicação que o século XX via proliferar como nunca.

Vimos igualmente como a este trabalho na frente externa correspondeu um prolongado esforço na frente interna, onde um “espírito de corpo” começava a despontar. Traduzia-se este esforço no desenvolvimento e codificação de um novo modelo narrativo, de novas técnicas e géneros, de novos perfis profissionais, de novos modos de “fazer” e de “ser” em termos éticos, enfim, de todos os elementos que pudessem delimitar o território autónomo de uma actividade em processo de afirmação e de busca de reconhecimento – de legitimação – social. Daí sairia a base para a reivindicação da gestão própria e auto-regulada de um segmento do mercado do trabalho em regime de tendencial monopólio,

com a contrapartida oferecida de prestação de um serviço em moldes responsáveis, de acordo com os ideais associados ao profissionalismo.

Vimos, por fim, como a crescente e fortíssima mercantilização da informação, a par do espantoso progresso dos meios tecnológicos para a sua difusão e manipulação, bem como do seu papel progressivamente poderoso na relação das pessoas com o mundo envolvente, acentuou as exigências decorrentes da responsabilidade social dos *media* e dos jornalistas, com o que isso significa de exigência ética e deontológica – corolário natural de um cada vez mais reclamado imperativo de *accountability*, ou ‘prestação de contas’, à sociedade em nome de quem, e para quem, se trabalha.

Mesmo dando de barato que o debate sobre a profissão de jornalista fica empobrecido se se resumir à dissecação “a-temporal” ou “a-histórica” do maior ou menor grau de preenchimento dos ‘traços’ ou atributos profissionais típicos, o certo é que eles, devidamente integrados nos contextos em que emergiram e se burilaram, podem funcionar, em parte, como medida aferidora do processo de profissionalização de grupos ocupacionais em busca de estatuto. Com eles se foi também confrontando – de modos diversos conforme os tempos e os lugares – o grupo profissional dos jornalistas, como ficou patente no percurso esboçado neste capítulo. E desse confronto ressaltaram, naturalmente, as ambiguidades, dúvidas, incertezas e contradições de um ofício com características muito particulares, quer no seu seio, quer nos modos como procura articular-se com o todo social.

Quatro pontos essenciais emergiram deste processo histórico de definição, construção e afirmação da profissão de jornalista, e todos eles nos ‘dizem’ algo de significativo sobre as especificidades deste grupo profissional: (1) os seus modos de **associação**, (2) a sua reivindicação de um corpo próprio de **conhecimentos** e de **saber**, (3) a sua justificação de prestação de um **serviço** público alicerçado numa **responsabilidade social**, e (4) o seu invocado compromisso **ético** (traduzido também em **normas deontológicas**) na prossecução de tal serviço, com a garantia da respectiva **auto-regulação**.

São estes quatro atributos que analisaremos de modo mais pormenorizado no próximo capítulo, depois de revisitarmos o contexto particular do **modelo do profissionalismo**, em que eles assumidamente se integram.

* * * * *

III – A especificidade dos principais “traços profissionais” no jornalismo

“You can’t make a job a profession merely by calling it a profession”.

ANÓNIMO,
“*The New Zealand Journalist*”, 1952

Na sequência do que apresentámos no Capítulo I deste trabalho, a compreensão do processo de afirmação do jornalismo como **profissão** e já não apenas como **ocupação** (de par com o processo de construção e consolidação de uma identidade profissional específica por parte dos jornalistas – enquanto indivíduos e enquanto grupo) ganha em considerar os novos contributos trazidos por uma diversidade de abordagens sociológicas, iniciadas na década de 1970, sobre a problemática do profissionalismo.

Face às insuficiências de uma lógica estruturo-funcionalista, surgiram novas propostas de análise, num primeiro momento advindas da corrente interaccionista ligada à Escola de Chicago e, num segundo momento, de uma leitura renovada de Marx e (sobretudo) de Weber para equacionar essencialmente as questões do poder das profissões e da sua articulação com os processos de estratificação social. Sem desvalorizar completamente a pertinência das perspectivas funcionalistas, muito tributárias do trabalho de Durkheim sobre as profissões como “corpos intermédios” entre o Estado e os cidadãos, o certo é que as novas abordagens chamaram a atenção para aspectos não menos relevantes, sobretudo os ligados à **acção** das pessoas e das instituições, e aos **contextos** concretos e específicos (históricos, políticos, económicos) em que essa acção se desenvolve. Ou seja, em que as profissões **se vão construindo**, pois é disso que se trata: parafraseando Hughes, passa-se de uma lógica de “*things happen*” a uma lógica de “*people act*” (*apud* MacDonald, 1999: 7).

Assim, vai começando a falar-se menos de profissão (**produto**) e mais de profissionalização (**processo**), entendida esta não como o preenchimento cumulativo de atributos estáticos que garantiriam um lugar numa estrutura pré-existente, para cumprir

uma função pré-definida, mas como uma construção dinâmica e socialmente interactiva, feita de avanços e recuos, atravessada por contradições e interpretações diversas, misturada de preocupações altruístas e de interesses egoístas, conduzida ‘para dentro’ e ‘para fora’ do grupo profissional, tendo por objectivo essencial a obtenção de um estatuto (mais ou menos formal) com a marca de prestígio, de legitimidade e de reconhecimento social associada ao **profissionalismo**. É esta uma preocupação consonante com a sugestão feita pela socióloga Julia Evetts:

É recomendável uma alteração do enfoque da preocupação em definir ‘profissão’ para a análise do carácter apelativo do ‘profissionalismo’ enquanto motivador e facilitador da mudança ocupacional [*occupational change*] (Evetts, 2003: 396).

O que assegura esta marca de profissionalismo é não apenas um conjunto de ‘traços’ distintivos muito concretos, mas também, ou sobretudo, a **representação**, traduzida em **discurso**, que um grupo profissional consegue fazer *de si* e propor/impor *ao outro* (tanto no plano real como no plano simbólico), a **estratégia** que prossegue para delimitar as fronteiras de um segmento do mercado de trabalho e regular as normas de exercício da actividade, e, em consequência, o **poder** que conquista ao cabo de um processo onde à auréola de acrescida respeitabilidade se juntam uma ascensão no sistema de estratificação social e um reconhecimento decorrente do carácter tão valioso como imprescindível do serviço prestado à comunidade.

Este conceito de profissionalismo comporta as suas ambiguidades e suscita, por isso, apreciações de sinal oposto. Como as profissões, de resto: estas formas particulares de organização do mercado de trabalho típicas da sociedade moderna, cuja legitimação radica no conhecimento e já não no capital ou nas marcas de nascença¹, ora têm sido encaradas negativamente como fonte dos mais diversos e discutíveis privilégios, “ocupações egoístas apenas preocupadas em conseguir o máximo de recompensas pelos serviços que prestam” (Crompton, 1990: 147), ora positivamente como “ilhas de altruísmo ocupacional num mar de comércio interesseiro, buscando proteger padrões elevados de serviço e os reais interesses dos clientes, mesmo quando não coincidam com os seus próprios” (*ibidem*). E haverá, decerto, parte de verdade tanto numa perspectiva como

¹ A importância das profissões no desenho da sociedade moderna é assim sintetizada por MacDonald (1999: 36): “[A]s profissões começaram a surgir na sua forma actual, contemporaneamente, com a sociedade capitalista industrial moderna; de facto, uma vez que a sociedade moderna é baseada no conhecimento, as profissões, enquanto ocupações baseadas no conhecimento, são uma parte integrante da formação social moderna”. O outro elemento relevante para a afirmação desta forma particular da divisão do trabalho especializado nas modernas sociedades é, como já vimos, o surgimento de uma economia de mercado tendencialmente livre.

noutra, o que ajuda a perceber por que motivo são contraditórios os sinais contemporâneos sobre um alegado declínio, ou, pelo contrário, uma persistente vitalidade, das profissões enquanto modelo de organização de segmentos do mercado de trabalho especializado (já no Capítulo I evocámos as tendências recentes da **proletarização** e da **burocratização**, cotejando-as com alguns novos movimentos de **re-profissionalização** – e tudo isto num clima em que o profissionalismo continua a ser, apesar de tudo, um chamariz com grande capacidade de sedução para muitos e diversos grupos ocupacionais, e não necessariamente só por más razões). Estas visões divergentes no que toca às profissões não serão, afinal, mais do que o reflexo da “natureza inerentemente contraditória da divisão do trabalho numa sociedade capitalista”, um processo que “incorpora simultaneamente conflito e cooperação” (Crompton, 1986: 154).

Também o conceito de **profissionalismo** foi sendo, por alguns, definido positivamente como um “sistema normativo de valores”, e, por outros, apresentado negativamente como uma “ideologia de controlo” (Evetts, 2003: 399). A diferença essencial entre as duas leituras é que

enquanto o profissionalismo como sistema de valores é marcadamente optimista quanto às contribuições positivas do conceito para uma ordem social normativa, o profissionalismo como ideologia concentra-se mais negativamente no profissionalismo como um sistema de crenças hegemónico e um mecanismo de controlo social para os trabalhadores ‘profissionais’. E, como não seria de admirar, os trabalhadores ‘profissionais’ preferem e utilizam o discurso normativo nas suas relações com os clientes, nas suas identidades ocupacionais e nas suas práticas de trabalho (Evetts, 2003: 399)

A definição mais optimista e positiva do profissionalismo encontra algumas das suas raízes na perspectiva de Durkheim (a profissão como uma forma de “comunidade moral” essencial para a estabilidade do sistema social), aprofunda-se depois, por exemplo, na obra de Parsons – que assinalou “como a economia capitalista, a ordem social racional-legal (de Weber) e as modernas profissões estavam todas inter-relacionadas” e “equilibravam-se mutuamente na manutenção e estabilidade de uma frágil ordem social normativa” (Evetts, *ibid*: 400) – e pode reencontrar-se em autores mais recentes, mesmo alguns ligados ao “paradigma do poder” das profissões, mas que nem por isso deixaram de lhe reconhecer importantes potencialidades em termos sociais. É o caso de Freidson e da sua invocação do profissionalismo como uma forma particular de organizar e controlar o trabalho, uma “terceira via” ou “terceira lógica” (por contraponto à lógica do mercado e à lógica da organização burocrática – seja de uma empresa privada, seja de um organismo público), que abordou no seu livro originalmente publicado em 2001, e intitulado, precisamente, “*Professionalism – The Third Logic*”. Nele, o autor reflecte sobre o facto de

a posição dos profissionais ter vindo a ser “seriamente enfraquecida em nome da [livre] concorrência e da eficiência”, tão típicas do nosso contexto contemporâneo de forte liberalização e desregulação, e sobre o facto de as profissões, em termos de resposta a esta situação, também “não estarem a defender-se muito bem” (Freidson, 2004: 3), como que ‘esquecendo-se’ de afirmar alto e bom som os seus princípios e valores essenciais e de bater-se pela sua importância. Os autores ligados à corrente interaccionista, como Hughes, vão até mais longe e alargam este ideal de profissionalismo a todas as ocupações (que não apenas as chamadas ‘profissões estabelecidas’), afirmando que o mais relevante é a confiança que ele supostamente garante e em que repousa: um ‘leigo’ precisa de poder confiar no serviço que lhe presta um ‘profissional’, seja ele advogado ou jornalista, e como contrapartida aceita “conceder-lhe autoridade, remuneração privilegiada e estatuto mais elevado” (Evetts, 2003: 400).

A partir das décadas de 1970-80, em parte por força dos estudos que puseram em especial evidência o papel das profissões na construção e controlo, em regime monopolista, de mercados de trabalho fechados, sublinhando a posição de poder que daí advinha, o conceito de profissionalismo passou a ser encarado mais pelo seu lado negativo e com algum cepticismo. Estes enfoques valorizavam em particular as estratégias dos grupos profissionais para obterem (por esforço próprio ou por outorga do Estado) posições privilegiadas em termos laborais, económicos e sociais, vindo no proclamado profissionalismo, e nos seus ideais, mais uma ideologia mitificadora destinada a justificar e a eternizar essas posições do que um conjunto de valores ligados à prestação altruísta de um serviço público relevante, a cargo dos (e só dos) supostamente mais preparados científica, técnica e moralmente. No fundo, alguns destes elementos associados ao profissionalismo pareciam aproximar-se sobretudo de “estratégias corporativas” de conquista e preservação de poder e influência em círculos fechados, mais voltados para si próprios do que para o serviço da sociedade que proclamavam (Crompton, 1986: 161).

Nos finais do século XX, estas posições antagónicas – uma positiva, outra negativa – foram-se temperando e relativizando, com alguma integração de perspectivas vindas de diferentes escolas. Por exemplo, constatou-se que as abordagens da sociologia das profissões mais ligadas ao “paradigma do poder”, chamando embora a atenção para um aspecto importante até há pouco não considerado, poderiam desincentivar estudos mais aprofundados sobre a natureza específica das diversas profissões e os respectivos percursos históricos particulares – precisamente porque se tendia a defini-las apenas pelo seu poder (MacDonald, 1988). Em consequência, redescobriram-se algumas das

virtualidades dos paradigmas funcionalista e interaccionista para ajudar a uma análise mais completa, e mais complexa, do modo como diferentes grupos profissionais foram desenvolvendo os seus percursos e estratégias, bem como a vantagem (como sugere o exemplo de Freidson e da “terceira lógica”) de recuperar e revalorizar os elementos positivos associados ao ideal do profissionalismo. Sobretudo, como atrás se disse, num contexto de crescente proletarização e ‘funcionalização’ burocrática dos profissionais no seio de organizações poderosas – o que, de resto, constituiu um desafio suplementar para estudar as profissões também na sua articulação mais lata com as dinâmicas sociais, políticas e económicas em que elas se inscrevem, como foi sendo prática dos autores comumente apelidados de neo-weberianos e neo-marxistas.

Esta re-interpretação do conceito de profissionalismo enquanto sistema normativo de valores procurava pôr em relevo as suas potencialidades positivas, fosse para a “socialização de novos trabalhadores”, fosse para a “preservação e previsibilidade da ordem social normativa no trabalho e nas ocupações”, fosse ainda para a “manutenção e estabilidade de uma frágil ordem normativa no Estado e nos mercados crescentemente internacionalizados” (Evetts, 2003: 404). Complementarmente, colocava um novo acento na importância da “qualidade” do serviço prestado pelos profissionais, bem como na exigência da sua boa *performance*, tudo no interesse “tanto dos clientes como dos próprios praticantes” (*ibid.*: 405). Fazia-se, assim, uma renovada insistência na “legitimação pela competência”, desde sempre um factor que, quer no plano do real, quer no plano do simbólico, acompanhou os esforços de afirmação de grupos profissionais emergentes.

Vemos, então, que o conceito de profissionalismo tem sido lido e interpretado de diferentes modos ao longo do tempo mas, independentemente de algumas das suas práticas concretas mais ou menos ‘desviantes’, é possível identificar-lhe os elementos nucleares:

A ideologia do profissionalismo que é tão apelativa para grupos ocupacionais e seus praticantes inclui aspectos como a posse exclusiva de uma área de conhecimento e *expertise*, e o poder de definir a natureza dos problemas nessa área, bem como o controlo do acesso a potenciais soluções. Inclui também uma imagem de relações colegiais de trabalho e assistência e apoio mútuos, mais do que relações de controlo hierárquico, competitivo ou gestionário. Aspectos adicionais da ideologia do profissionalismo e do seu carácter apelativo são a autonomia na tomada de decisões e a discricionabilidade nas práticas de trabalho, a prossecução de um interesse público liberto marginalmente de constrangimentos financeiros (...) e em alguns casos (...) a auto-regulação ou controlo ocupacional do trabalho (Evetts, 2003: 407).

São óbvios os pontos de contacto entre estes aspectos associados ao profissionalismo e o conjunto de ‘traços’ cuja aquisição global a perspectiva funcionalista prescrevia como condição necessária e suficiente para que uma ocupação ‘ascendesse’ ao estatuto de profissão: trabalho a tempo inteiro e em exclusivo, definição colectiva de

regras para o trabalho e seu acompanhamento, posse de um saber especializado decorrente de uma formação científica, organização em associações profissionais que garantam o controlo do acesso e da permanência em boas condições no seio do grupo, garantia de um monopólio legalmente protegido, adopção de um código deontológico que responsabilize e faça prova do ideal de serviço por que a profissão se pauta.

A diferença está menos no conteúdo de tais atributos e mais na perspectiva com que eles são encarados e trabalhados: não tanto como uma estrutura estática e imutável que se vai preenchendo por degraus sucessivos até à definitiva conquista de um estatuto profissional institucionalizado e formal, mas como um processo dinâmico, com componentes objectivas, verificáveis no concreto, e componentes subjectivas, mais ligadas à produção de um discurso com incidência sobretudo no plano simbólico, re-interpretando os conceitos do profissionalismo em função de momentos históricos e circunstâncias político-sociais particulares. Além disso, o conceito de profissionalismo não esquece nunca o todo social em que se desenvolve e com que se articula, deixando emergir de modo mais ou menos explícito o seu objectivo de criação de um segmento fechado de mercado do trabalho e de controlo ocupacional (Aldridge & Evetts, 2003) – no que se distancia das abordagens mais tradicionais das profissões.

Como vimos no percurso histórico feito ao longo do Capítulo II, foi neste complexo processo que os jornalistas se empenharam ao longo das décadas em que, entre a segunda metade do século XIX e a primeira metade do século XX, se viram confrontados (e quiseram confrontar-se) com o desafio da profissionalização, tendo em vista a construção e afirmação de uma identidade profissional: de diversos modos e em diversos tempos, consoante a sua inserção específica, foram percorrendo e revisitando todos os ‘traços’ supostamente definidores de uma profissão ideal-típica, à maneira das abordagens prevaletentes na época. Este processo, que em diversos domínios se revelou difícil, algo artificial e certamente inacabado, acabou por colocar em evidência, afinal, as particularidades, contradições e ambiguidades de um ofício cuja mera descrição começou logo por ser problemática (recordem-se as definições tautológicas que desde os primórdios acompanharam o jornalismo) e cujo perfil mostrou encaixar-se mal em alguns dos atributos típicos das profissões.

Não obstante, nem por isso o grupo profissional foi deixando de se afirmar publicamente, de conquistar um estatuto relevante (por vezes até de excepção) e de adquirir um poder que, mesmo polémico e polifacetado, ninguém pode negar liminarmente

– sobretudo se se compara com o poder de outras profissões ou ‘corporações’. Daqui decorre, então, que esse processo histórico, essa estratégia profissional longamente prosseguida e a correlativa situação conquistada, são o melhor indicador de como podem afigurar-se limitados (e insuficientes) os pressupostos de uma análise funcionalista do desenho e do lugar das profissões no contexto da sociedade, e que, pelo contrário, alguns dos enfoques sociológicos mais recentes lançam novas luzes sobre esta questão.

Isto é dito sem prejuízo de se compreender que, para um grupo profissional emergente e empenhado no seu reconhecimento e legitimação, era perfeitamente natural o esforço de se aferir pelos critérios mais comumente associados a uma profissão estabelecida, e nalguns casos até de os mimetizar, para com isso retirar argumentos a quem, à luz das lógicas dominantes, tentasse desqualificá-lo. E, no caso do grupo profissional dos jornalistas, desqualificá-lo seria recusar-lhe, no **plano político / jurídico**, um estatuto comparável ao de outras profissões (com implicações na sua credenciação pública, na sua mobilidade, na sua autonomia de funcionamento, na sua protecção legal) e inviabilizar, no **plano social / cultural**, o reconhecimento da sua actividade como decorrente de um saber especializado, competente, *expert*, assim como portadora de algo de essencial, único e insubstituível para a revitalização da esfera pública e para a (in)formação de cidadãos mais livres e mais aptos a decidir dos seus destinos. Por isso os jornalistas foram, ao longo do tempo, declinando de modo próprio os grandes ‘traços’ mais tipicamente associados às profissões estabelecidas e ao modelo do profissionalismo:

- 1) a organização em **associações**, lugares de ajuda mútua, de socialização profissional, de construção de uma consciência colectiva, e também de definição das fronteiras de um segmento de trabalho ‘fechado’ ou ‘protegido’, submetido à **jurisdição** e ao **controlo** dos pares (tanto nas restrições ao acesso como na regulação interna da actividade) em regime de tendencial monopólio;
- 2) a reivindicação da existência (e domínio de) um corpo próprio de **saber** e de **conhecimentos** especializados, quer no plano teórico quer ao nível prático, adquiridos e aprofundados num esquema de **formação**, também ele de contornos bastante específicos;
- 3) a afirmação da relevância do autêntico **serviço público** prestado à comunidade, a par da garantia de prestação desse serviço em moldes altruístas, com a sua

proclamada **responsabilidade social** sobreposta a quaisquer outros interesses ou lealdades particulares;

- 4) o compromisso de uma inalienável exigência **ética**, traduzida na adopção de **normas deontológicas** cujo cumprimento seria garantido pelo grupo, numa base de **auto-regulação** que não excluísse, contudo, a necessidade de prestação de contas (*accountability*) à comunidade em nome de quem, e para quem, alegadamente se trabalha.

São estes quatro pontos que abordaremos agora em mais detalhe, no pressuposto (que interessa demonstrar) de que o modo como os jornalistas os foram mais ou menos reivindicando, mais ou menos elaborando, mais ou menos adoptando em teoria e mais ou menos discutindo ou até afrontando na prática, é bem revelador das especificidades e ambiguidades que atravessaram, até hoje, a construção, consolidação e legitimação pública deste grupo profissional. Ou desta **profissão**.

1. Os diferentes figurinos no associativismo

Assumindo que, na prossecução de um “projecto profissional”, o primeiro e um dos mais importantes passos é “a criação de um grupo ocupacional formal” (MacDonald, 1999: 195) – com os objectivos prioritários de estabelecer uma forma de “credenciação”, de “desenvolver respeitabilidade individual e colectiva” e de “obter reconhecimento legal” (*ibidem*) –, e assumindo que isso se concretiza na constituição de uma organização profissional onde se vai consolidando uma identidade partilhada, é útil observar-se como, no caso dos jornalistas, se desenvolveram múltiplos projectos associativos que, a vários títulos, nos elucidam sobre as hesitações e contradições do grupo.

As forças e fraquezas identitárias do grupo profissional nascente – e convirá recordar que ele começa a emergir enquanto tal por alturas (e também por causa) da industrialização da imprensa, na segunda metade do século XIX – notam-se desde logo na tensão entre **individual** e **colectivo** que se manifesta à volta das primeiras iniciativas associativas. Por um lado, entendia-se que a organização colectiva era essencial para construir e afirmar uma consciência comum, um **espírito de corpo**, com princípios

essenciais, valores e modelos de funcionamento partilhados pelo grupo, de modo a obter mais eficazmente o desejado reconhecimento: não falta quem destaque o papel destas associações profissionais enquanto “quadros de iniciação a práticas profissionais e a novos papéis sociais” (Martin, *apud* Ferenczi, 1993: 246). Por outro lado, entendia-se também (até pela tradição ainda recente do jornalismo associado à criação literária) que esta actividade se dava mal com lógicas colectivas, havendo muito quem preferisse enfatizar a irreduzível **liberdade individual** do jornalista, quer por insistir em encará-lo como um artista, um criador, quer por defender o carácter necessariamente aberto de uma profissão associada a outra irreduzível e universal liberdade – a **liberdade de expressão**. Daqui nasce a ideia, ainda hoje muito expandida, dos jornalistas como obstinadamente individualistas e relapsos a formas de organização colectiva.

A observação dos diferentes modos de associação que o grupo profissional foi experimentando ao longo dos tempos, por exemplo em Portugal (ver Capítulo II), é bem eloquente. Os jornalistas começaram por se associar com os escritores ou os “homens de letras”², com isso significando que se viam, antes de tudo, como criadores intelectuais, e era junto de criadores intelectuais que encontravam os seus pares³. A situação provocava naturais dificuldades quando se tratava de desenvolver acções reivindicativas junto dos proprietários das empresas jornalísticas, pois os escritores, por muito solidários que fossem com essas lutas, dificilmente eram mobilizáveis para elas, preferindo investir, no seio das organizações, em aspectos menos ‘materiais’, como o prestígio da criação literária ou o seu papel na formação cultural das pessoas, para não falar já da simples adesão a um lugar de convívio e debate. Coexistiam, assim, dois propósitos debaixo do mesmo tecto:

Por um lado, aqueles que faziam do jornalismo um modo de vida pretendiam fazer das associações um instrumento de reivindicação dos seus interesses profissionais e materiais; por outro, aqueles para quem o jornalismo não era mais que uma tribuna para os seus ideais, viam as associações como locais de discussão e de tertúlia (Sobreira, 2003: 64).

² E o primeiro esboço de organização neste sector em Portugal – o da pioneira Associação Promotora dos Melhoramentos da Imprensa, criada em 1846 – embora não o diga no nome (como sucederia com as seguintes, e mais marcantes, Associação de Jornalistas e Escritores Portugueses, de 1880, e Associação dos Jornalistas e Homens de Letras do Porto, de 1882), juntava já no seu seio gente dos jornais e gente ilustre das letras, como Herculano ou Garrett, o que não admira para uma época em que, além do mais, muitos dos “redactores-chefes” dos títulos importantes eram, simultaneamente, escritores de prestígio.

³ A associação do jornalismo à literatura perdurou bem até finais do século XIX, e será curioso notar que, mesmo quando as duas actividades começaram a olhar-se como mais autónomas, o padrão literário continuou a prevalecer durante algum tempo, pois a distinção frequentemente feita era entre ficção “mais elevada” (de qualidade) e ficção “mais baixa” (sem qualidade), e não propriamente uma distinção entre ficção e não-ficção (Hampton, 2005: 141). Esta só haveria de se estabelecer com a autonomização do jornalismo enquanto prática específica, com um objectivo próprio – a informação – e um novo paradigma para a sua operacionalização prática – o “*news paradigm*”.

1.1. - Entre a Ordem e o Sindicato

Quando as águas começaram a separar-se e ganhou corpo um conjunto relevante de pessoas que se dedicavam em exclusivo ao trabalho jornalístico, no seio de redacções e de indústrias dedicadas, os projectos associativos passaram a circunscrever-se apenas ao grupo profissional, mas nem aí as coisas ficaram claras. Agora ressaltava outra ambiguidade a dividir os jornalistas: a dos que se entendiam como profissionais do tipo dos **profissionais liberais** – e, por isso, se viam mal em organizações de modelo sindical, preocupado sobretudo com reivindicações laborais –, e a dos que se assumiam como **trabalhadores assalariados**, semelhantes a tantos outros que dependiam de patrões e de empresas que exploravam um negócio num mercado. Emergia igualmente uma contradição que haveria de marcar os debates futuros deste grupo profissional: de um lado, uma “elite” de jornalistas-redactores, mais do que quaisquer outros ainda ligados à velha imagem prestigiada do homem de letras e da inerente responsabilidade cultural e social que invocava, de outro uma plêiade de “profissionais da imprensa” que igualmente contribuíam para fazer o jornal mas em ofícios mais ocultos, mais humildes, com menor protagonismo junto do público (os primeiros repórteres da actualidade, os informadores, os colaboradores, os revisores, os ilustradores – ou então os jornalistas mais ou menos amadores da chamada ‘pequena imprensa’, a imprensa regional e local).

Não é por acaso que, apenas um ano depois de ter sido criada em Portugal (em 1896) a Associação dos Jornalistas – que continua a aceitar escritores, desde que tenham “tirocínio na imprensa periódica, quer façam ou não do jornalismo a sua ocupação habitual e exclusiva”, e desde que se lhes reconheça “capacidade moral” (Valente, 1998: 33) –, logo nasce uma outra, a Associação da Imprensa Portuguesa (1897), com quotas mais económicas e maiores facilidades de acesso, precisamente porque encarava a anterior como dominada pela “aristocracia” dos jornais. Esta última destinava-se, nas palavras do jornalista Alfredo Cunha (cit. em Sobreira, 2003: 36), a juntar “todos os trabalhadores, embora modestos, que se empregam na ingloria e, por vezes, bem rude faina da imprensa periódica”, chegando ao ponto de aceitar o pessoal administrativo dos jornais. E não é por acaso também que mais tarde, já na vigência do Sindicato dos Profissionais da Imprensa de Lisboa (nascido como Associação de Classe em 1904 e transformado em sindicato em 1924, com um âmbito tendencialmente nacional, apesar da designação), é criado como alternativa um Sindicato da Pequena Imprensa e Imprensa Regional (1931), destinado a albergar quem se sentia excluído ou minorizado. Esta multiplicidade de iniciativas, que

sugere indefinições ou controvérsias sobre quem poderia legitimamente intitular-se jornalista na plena acepção do termo, revela bem as oscilações quanto à identidade do grupo profissional: ora parceira dos escritores e artistas, ora émula dos profissionais liberais estabelecidos, ora circunscrita a trabalhadores por conta de outrem no seio de uma empresa jornalística (e, mesmo aqui, com diferentes perspectivas, ao longo do tempo, sobre a aceitação, ou não, dos directores de jornais como pares, bem como dos trabalhadores de ofícios ligados à produção industrial – e não intelectual – dos jornais, como secretários, funcionários administrativos ou pessoal da tipografia).

Neste pano de fundo, como já vimos, também nunca deixou de emergir (com maior ou menor força conforme as épocas) a ideia de criação de uma Ordem dos jornalistas, por alguns considerada o modelo mais conforme à organização de uma profissão que se queria tão reconhecida e considerada como a de médico ou advogado, e cuja preocupação estaria menos em reivindicações laborais e mais em propósitos disciplinadores no plano da ética e da moral. Em causa estaria não apenas encontrar o modelo associativo mais eficaz para o grupo conseguir as condições (sobretudo económicas, materiais) a que se julgava com direito, mas igualmente conquistar a marca de respeitabilidade tão característica das profissões liberais e elevar a sua actividade (a da informação), em termos de prestígio público e de relevância social, para o nível atribuído a actividades reputadas essenciais ao ser humano, como as que tratam da vida e da morte, da saúde ou da justiça.

Este é um debate que (como sabemos do caso português) ainda não está encerrado e que tem assumido as mais diversas roupagens. Recordemos o desabafo enfático dos jornalistas franceses agregados no seu sindicato, quando o Parlamento finalmente aprovou o seu estatuto legal e lhes conferiu direito à outorga de uma Carteira Profissional: “*A Ordem está feita!*”. De facto, o que sucedeu em muitos países foi que os jornalistas acabaram por optar pela organização associativa sindical – e o papel do sindicato francês na conquista de um estatuto especial para o grupo já foi devidamente salientado atrás –, mas com algumas cláusulas derogatórias do direito laboral comum e, sobretudo, acoplando-lhe competências habitualmente reservadas às ordens profissionais. E isso tanto foi feito através da participação maioritária do sindicato num organismo criado para a credenciação dos jornalistas profissionais (que implicava um compromisso em matéria de moral profissional), como se viu em França em 1935, como através da criação, no seio do próprio sindicato, de um órgão especificamente dedicado às questões éticas, como sucedeu em Portugal com a constituição de um Conselho Deontológico – de resto, o responsável,

até há alguns anos, pela emissão e renovação das carteiras profissionais dos jornalistas, mesmo não sendo o sindicato de filiação obrigatória.

1.2. - Prestígio social ou capacidade de reivindicação laboral?

Os caminhos do associativismo nesta profissão foram diversos conforme os países, mas sempre dando boa medida das indefinições e das oscilações quanto ao modelo que melhor se adequaria a uma profissão que tentava, ela própria, definir-se e modelar-se. Em Inglaterra, por exemplo:

Quase desde o princípio, os praticantes [ingleses] discordaram sobre se deviam ou não tentar chegar às estruturas convencionais e à posição social [*social standing*] associadas com o que significava ser uma ‘profissão’ nas sociedades Anglo-americanas (Aldridge & Evetts, 2003: 547).

Dando forma a esta divergência, naquele país coexistiram quase desde o início – e coexistem ainda – duas associações de diferentes características. Em 1884 foi criada uma Associação Nacional de Jornalistas, que seis anos mais tarde haveria de transformar-se em Instituto dos Jornalistas, na sequência da aquisição de uma Carta Real – algo que, para grande parte dos seus membros, correspondeu ao estabelecimento institucional do jornalismo como uma profissão, o que os satisfazia no essencial, pois esse era o seu desiderato primeiro. De facto, o seu objectivo essencial tinha sido definido na dita Carta como “a elevação do ‘status’ e a melhoria das qualificações de todos os membros da profissão jornalística” (cit. em Aldridge & Evetts, 2003: 549), sendo o grosso dos seus esforços concentrado na elevação do estatuto social dos profissionais e na observação de um rigoroso código de conduta em matéria de ética.

A menor preocupação com as condições de trabalho e com os salários dos jornalistas era, contudo, algo que gerava discordâncias no seio da organização, de tal modo que logo em 1907 uma dissidência levou à criação de uma associação alternativa – o Sindicato Nacional dos Jornalistas, organizado muito à imagem de outras organizações sindicais. Foi este que, nas décadas seguintes, acabou por obter um maior protagonismo público, assumindo sem reboço – ao contrário da lógica de ‘profissão liberal’ preferida pelo Instituto dos Jornalistas – que o jornalismo era um “ofício altamente especializado”, progredindo através de “aprendizagem” (*ibid.*: 550), e que como tal devia ser adequadamente tratado pelos proprietários dos jornais. Proprietários que, diga-se a propósito, eram admitidos (ao lado dos jornalistas e até dos gestores seniores das empresas jornalísticas) como sócios do outro Instituto – o que ilustra bem a sua filosofia particular.

Aliás, esta discordância de base quanto a quem podia ou não ser membro de uma associação chamada ‘de jornalistas’, e relativamente à qual ambas as partes sempre foram irreduzíveis – não se vê como o Sindicato poderia ter entre os seus sócios aqueles contra quem se confrontava no plano das reivindicações laborais... –, contribuiu para inviabilizar múltiplas tentativas de fusão das duas organizações ao longo de décadas (*ibidem*)⁴.

Ligado com a história inglesa, um caso ainda mais elucidativo (e que aqui se traz porque parece exemplar a este propósito) é o da organização dos jornalistas na Nova Zelândia. À imagem de Inglaterra, também ali os profissionais começaram por constituir um Instituto dos Jornalistas (em 1891) preocupado menos com as questões laborais ou salariais dos jornalistas e mais com a criação de um “corpo selectivo” de membros, onde as questões da honra e da honorabilidade, do posicionamento social e dos “deveres profissionais” de ordem moral eram as julgadas mais pertinentes, exactamente à imagem das profissões liberais de que os arquétipos continuava a ser o médico e o advogado (Elsaka, 2005). Assegurar “o progresso do jornalismo em todos os seus ramos” e “obter para os jornalistas uma posição [*standing*] profissional formal e definida” eram objectivos definidos pela própria organização no seu programa inicial (cit. em Elsaka, 2005: 74), não admirando que depressa se tenha empenhado em tentar conseguir alguns ‘privilégios’ habitualmente concedidos por lei a outras profissões estabelecidas, como o sigilo profissional – neste caso traduzido na possibilidade de o jornalista preservar a confidencialidade das suas fontes de informação. No entanto, este empenho preponderante na promoção do estatuto social do jornalismo não satisfazia todos os praticantes do ofício – e muito em especial os jornalistas verdadeiramente “anónimos” –, fosse porque receavam a criação de uma “corporação” demasiado fechada e elitista, fosse porque alguns outros problemas ligados ao exercício profissional diário não mereciam a mesma atenção:

Tal como nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha na viragem do século, os jornalistas da Nova Zelândia questionavam cada vez mais a aparente discrepância entre o elevado *status* do jornalismo e o relativamente baixo *status* dos seus praticantes. Uma questão chave para os jornalistas era o facto de que a importância do trabalho jornalístico para o público (uma pedra angular da reivindicação desta ocupação ao profissionalismo) não se reflectia nas recompensas económicas dos jornalistas. Expressado diferentemente: o *ethos* do profissionalismo que rodeava o

⁴ As diferenças de concepção quanto ao perfil profissional dos jornalistas podem observar-se até noutros aspectos aparentemente laterais, como o facto de só com a criação do Sindicato inglês, em 1907, as mulheres jornalistas terem, finalmente, podido aceder a uma organização da ‘classe’ em moldes iguais aos dos homens – algo que o Instituto, propenso a encarar esta actividade ‘dura e rigorosa’ como tipicamente masculina, não aceitava bem (Hampton, 2005).

trabalho jornalístico não estava a par da realidade dos salários dos jornalistas e das suas condições de trabalho (Elsaka, 2005: 76).

Sublinhe-se, a propósito, a curiosa diferença de percursos entre a Nova Zelândia e a França. Como vimos atrás, os jornalistas franceses empenharam-se prioritariamente na conquista de um estatuto socio-económico compatível com o que parecia adequado à importância do seu trabalho, vendo nesse objectivo também a melhor maneira de, por arrastamento, valorizarem o seu estatuto social e a sua respeitabilidade aos olhos do público; na Nova Zelândia, pelo contrário, os primeiros esforços concentraram-se na valorização social e simbólica do seu papel (com ênfase constante na “ética”, na “honra” e na “integridade” dos jornalistas), o que conferiu à actividade um reconhecimento institucional rápido, mas não traduzido numa melhoria material consentânea com esse estatuto. E a mobilização dos profissionais acabou, assim, por ter de passar a concentrar-se nessas insuficiências, procurando contrariar a ideia bastante difundida à época e sintetizada assim, em 1898, por um jornalista inglês:

Ao contrário de outras profissões, mas a exemplo do que sucede nas artes, um jornalista de sucesso pode morrer na completa pobreza, mesmo sem ter qualquer culpa disso (cit. em Hampton, 2005: 148).

O modelo de associação de tipo sindical acabou, assim, por cativar crescentemente (tal como sucedera em Inglaterra) as simpatias dos jornalistas neo-zelandeses, apesar de poder parecer que não seria o mais conforme às suas “aspirações sociais no sentido do profissionalismo” (Elsaka, 2005: 77). E surgiu, de facto, uma organização sindical logo em 1902, até porque entretanto também os proprietários de jornais se tinham organizado em associação e considerava-se útil ter, do outro lado, uma estrutura capaz de estabelecer com eles a adequada interlocução. Foi sol de pouca dura, porém: as ameaças dos patrões (mais interessados em ter como parceiro de eventual diálogo o ‘respeitável’ Instituto dos Jornalistas) levaram à desmobilização daquele organismo sindical, que acabou em 1908. Mas a ideia de encontrar uma forma de organização que compatibilizasse os dois anseios aparentemente contraditórios – o do estatuto associado à lógica do profissionalismo e o da capacidade reivindicativa em matéria laboral – mantinha-se nos espíritos e conduziu à criação, em 1912, da Associação dos Jornalistas da Nova Zelândia. Aqui reside a originalidade deste percurso, e que dá bem conta da ambiguidade em que quase sempre se moveram os jornalistas a caminho da profissionalização: pôs-se de pé um organismo associativo que, deliberadamente, já não usava no nome o termo “sindicato” nem queria misturar-se com quaisquer confederações sindicais – embora definisse como seu propósito

primeiro “melhorar a vida quotidiana dos jornalistas comuns [*rank and file journalists*]” e garantisse que esse objectivo “nunca seria substituído por generalidades nebulosas como ‘elevar o *status* da profissão” (cit. em Elsaka, 2005: 78) –, mas que procurava também não desconsiderar o prestígio de uma posição social consentânea com o apelo do profissionalismo. Com isto procurava retirar margem ao Instituto dos Jornalistas e em parte reconciliar, no seio de uma só organização, as duas sensibilidades prevalecentes no grupo profissional.

A história, entretanto, não termina aqui. Anos mais tarde, desaparecido já o velho Instituto, foi a própria Associação dos Jornalistas da Nova Zelândia que começou a debater as eventuais vantagens de criar, no seu seio, também um Instituto Profissional... Apesar dos progressos registados, considerava-se que os praticantes deste ofício não tinham ainda atingido, nem no plano das condições materiais nem no domínio do reconhecimento social, a posição a que se julgavam com direito – e a situação difícil vivida nos anos da 2ª Guerra Mundial ainda deteriorou mais essas condições –, além de se admitir crescentemente que um organismo de lógica predominantemente sindical, apesar do nome ‘disfarçado’, talvez não bastasse para atingir todos os objectivos. Voltava, e intensificava-se, a dicotomia fracturante entre os modelos do “sindicalismo” ou do “profissionalismo” como modelos alternativos – e em si mesmo significativos do enfoque particular com que era encarado o ofício jornalístico – para a prossecução dos objectivos desejados pela ‘profissão’. O pano de fundo era sempre o de que tanto o **status social** como a **recompensa económica** – sempre estes dois vectores – não se ajustavam ainda à importância pública do jornalismo e, para alterar a situação, havia que agir nas duas frentes. Mas o consenso revelava-se muito difícil. De um lado, a corrente **sindicalista** argumentava que colocar a Associação a promover o “profissionalismo” significaria distraí-la dos seus “objectivos industriais” de reivindicação salarial e laboral e ocupá-la na construção de uma mera “organização de prestígio” sem real incidência na melhoria efectiva da vida dos jornalistas (Elsaka, 2005: 82). De outro lado, a sensibilidade **profissionalista** contrapunha que a prioridade devia ser dada à valorização do jornalismo enquanto profissão semelhante a outras profissões (liberais) reconhecidas – o que implicava trabalhar na defesa e constante aperfeiçoamento dos padrões profissionais e éticos da actividade, aí incluindo reflexão sobre a formação e o treino, as condições de acesso à profissão, a sua credenciação e auto-regulação – e que só em função disso os jornalistas poderiam esperar, quase como consequência lógica, a melhoria substancial do seu estatuto socio-económico.

A primeira via privilegiava a eficácia reivindicativa e, de algum modo, assumia sem peias que a actividade jornalística, desenvolvida cada vez mais em grandes empresas de lógica industrial e comercial, era uma actividade ‘de proletários’ e, como tal, devia organizar-se na mesma lógica da dos trabalhadores ‘de colarinho azul’. A segunda via – em cujas propostas é fácil descortinar um modelo próximo das Ordens profissionais – privilegiava a “respeitabilidade” e a “dignidade” associadas às profissões estabelecidas e preferia trabalhar para que o jornalismo se colocasse num plano de equivalência ao da medicina ou da advocacia, organizando-se preferencialmente numa lógica ‘de colarinho branco’ mais própria de ‘profissionais’. Afinal, este dilema continua sempre a remeter, como temos visto, para o facto de os jornalistas serem porventura mais correctamente definidos não como “profissionais”, ou não como “proletários”, mas, para usar a expressão de Arthur Kaul (1986), precisamente como “**profissionais proletários**”, suportando no seu seio a mais ou menos insolúvel contradição dos termos.

Foi essa insolúvel contradição que levou os jornalistas neo-zelandeses, ao cabo de vários anos de tentativas e discussões, a deixarem definitivamente de parte, em 1954, o projecto de criação do tal Instituto Profissional. Não conseguiram pôr-se de acordo nem quanto à “natureza do trabalho jornalístico” (Elsaka: 2005: 85) – uma actividade tipicamente profissional ou uma indústria, um negócio? – nem quanto ao “estatuto dos jornalistas” (*ibidem*) – profissionais livres ou proletários subordinados? – nem, por consequência, quanto ao modo mais adequado de organização colectiva.

Embora por caminhos diversos e porventura não tão evidentes como os da experiência neo-zelandesa, os jornalistas em processo de afirmação profissional confrontaram-se (e confrontam-se ainda hoje) com este mesmo dilema e com o desafio de uma organização colectiva que se adeque à especificidade do seu *métier* – outros dirão uma organização em que consigam apropriar-se da melhor parte de cada um dos dois modelos em confronto, sem assumir o ónus de uma opção definitiva por apenas um deles. Vejam-se os casos português ou francês, onde a preferência mais clara por um modelo associativo sindical nem por isso resolveu todas as dúvidas e divergências no seio do grupo profissional, tendo obrigado em diferentes momentos à adopção de soluções

híbridas que dessem resposta aos seus, apesar de tudo recorrentes, anseios “profissionaisistas”⁵.

Refira-se, enfim, que o associativismo profissional teve um papel menos saliente, em termos nacionais, no que toca aos jornalistas norte-americanos, dada a tradição específica do país com um estado menos centralizador e menos regulador – o que implica uma menor necessidade de mobilizações colectivas para reivindicar concessões em termos legais ou institucionais. Como dizem Hoyer & Lauk (2003: 12), “o estilo profissional na América é muito mais individualista do que na Europa”, para o que, entre outros factores, terá contribuído a “tradição de censura na Europa”, motivadora de “mais esforços colectivos na defesa dos direitos humanos e da liberdade de imprensa, bem como de outros privilégios profissionais” (*ibidem*). Não obstante, também naquele país o processo de profissionalização dos jornalistas se desenvolveu, logo desde os primórdios, a par de algumas iniciativas de associação sobretudo na forma de “clubes”, como sucedeu já em 1867 com a criação do muito exclusivo “Washington’s Correspondents’ Club”, ou em 1873 com o “New York Press Club”, até que em 1908 surgiu inclusivamente um “National Press Club” (Traquina, 2004a: 31)⁶.

1.3. - Incluir os “profissionais”, excluir os “amadores”

A organização em associações permitiu aos jornalistas desenvolverem uma consciência colectiva e um espírito de corpo – que ajudava a fortalecer os esforços reivindicativos comuns, mas que também tinha relevância em termos de assistência na doença e nas dificuldades da vida, como competia aos organismos de carácter mutualista que proliferaram entre eles logo desde os inícios –, mas não se ficou por aí. Um dos

⁵ É evidente que os jornalistas sempre se repartiram por uma multiplicidade de associações dos mais diversos âmbitos, natureza ou funções (mutualistas, assistenciais, culturais, recreativas, de “clube”, de especialidade, etc.). Não são essas, no entanto, as que nos importam aqui. A questão que colocamos gira apenas em torno do associativismo profissional, ou seja, do tipo de organização verdadeiramente (ou potencialmente) representativa do grupo como um todo, em termos profissionais, e onde se verificam as tais oscilações e diferenças quanto ao modelo a adoptar: o mais próximo das profissões liberais e das suas ordens, ou o mais próximo do trabalho assalariado por conta de outrem, com os seus sindicatos.

⁶ Schiller (1979) recorda que há referências mais antigas – reportadas a 1848 – a “jantares cerimoniais” que juntavam jornalistas e editores americanos de empresas concorrentes, o que foi ajudando a construir uma “*camaraderie*” profissional e um “*esprit de corps*” informal mais tarde traduzido, ao menos em parte, em associações formais. A própria constituição, também em 1848, da agência noticiosa Associated Press, como iniciativa conjunta de diversos jornais de Nova Iorque, é por ele considerada como tendo favorecido a “colaboração profissional e fraternal de jornalistas ao nível de topo das organizações”.

aspectos mais importantes ligados ao desenvolvimento de um “projecto profissional” passou sempre pelo **controlo** do acesso à profissão e/ou pela **credenciação** dos candidatos como oficiais legítimos daquele ofício. A constituição de associações profissionais, independentemente da oscilação dos respectivos perfis, servia também esse intento, quer incluindo – e enquadrando, organizando – todos os que poderiam legitimamente ser tratados como autênticos profissionais, quer excluindo os que, mesmo colaborando nos jornais, não preenchiam os requisitos julgados essenciais para ostentar o título profissional.

E isto remete-nos para outra antiga e recorrente dicotomia no processo de autonomização da actividade dos jornalistas (como no processo de autonomização de qualquer profissão emergente): a que separa os “**profissionais**” dos “**amadores**”. Este era um elemento-chave no processo de valorização e reconhecimento social dos jornalistas enquanto profissionais especializados de um *métier* com as suas especificidades, o seu saber, as suas regras: de facto, dificilmente a sociedade reconheceria e valorizaria esta actividade se a ela pudesse aceder qualquer um pelo simples facto de saber escrever com correcção, ou nela entrar e dela sair a seu bel-prazer, ou a ela se dedicar mais como *hobby* do que como modo de vida (e isso, como vimos atrás, era a herança histórica sobre a qual os jornalistas tinham de construir a sua profissão). O exemplo vinha, mais uma vez, das profissões estabelecidas e ‘respeitáveis’ como as de médico ou advogado, cujo exercício (legal e legítimo, pelo menos) estava naturalmente interdito a amadores, diletantes ou meros habilidosos.

Não era só por razões simbólicas que os jornalistas perseguiram este objectivo de respeitabilidade e prestígio; era-o também por muito claras razões económicas e materiais, razões “industriais” (Elsaka, 2005: 79). Ao distinguir e credenciar os jornalistas “verdadeiros”, os legítimos oficiais de um ofício especializado, e ao considerá-los como verdadeiramente “profissionais”, elevava-se também o **valor de mercado** dessa actividade, com a consequente repercussão em termos de pagamento de salário: não se remunerava da mesma maneira uma ocupação indiferenciada, a que qualquer um pode aceder e por qualquer um pode ser substituído, ou um *métier* especializado, submetido a determinados requisitos, garantias e competências. E, a par da valorização económica da actividade, vai naturalmente a valorização social dos seus legítimos praticantes, para os quais (e só para esses) se estabelece um título profissional, uma credenciação distintiva, sinal público e notório de estatuto reconhecido. Ora este foi sempre um dos objectivos primeiros – por vezes até o objectivo-motor – da constituição de associações de jornalistas, quer as de pendor mais *profissionalista*, quer as de pendor mais *sindicalista*.

Não obstante, este controlo (que significaria a construção de um segmento de trabalho fechado e gerido em regime de monopólio exclusivo pelos profissionais legítimos) nunca foi estabelecido a cem por cento, fosse por dificuldades de ordem prática, fosse porque nunca se quis levar o processo às últimas consequências (por exemplo exigindo um diploma universitário como condição de acesso), fosse ainda pela insistência de muitos nas alegadas vantagens de manter “aberta” uma profissão que dá tradução a um direito universal – o da liberdade de expressão⁷.

Os próprios jornalistas, ao longo deste percurso de profissionalização, foram dando sinais contraditórios dos seus propósitos: se uns insistiam na urgência de “fechar” o território e lhe controlar as entradas para com isso o tornar mais exigente e prestigiado, outros preferiam pôr a tónica na irredutível liberdade de uma profissão encarada mais como uma “vocação” e como um ofício de criação ligado a talentos específicos e a propósitos quase missionários. Mesmo assim, o grupo profissional acabou por obter uma razoável capacidade de controlo do seu segmento de trabalho – com a consequente exclusão dos elementos considerados menos recomendáveis ou indesejáveis –, quer no plano material, através das disposições legais ou estatutárias que conseguiu negociar em muitos países, quer no plano simbólico, através de uma retórica muito expandida em torno do argumento de que ‘o jornalismo não é profissão para todos’:

Mesmo enquanto falavam do carácter aberto da sua profissão, muitos jornalistas tentavam, por outras vias, colocar-se retoricamente à parte dos *outsiders*, daqueles que não tinham penetrado nos ‘mistérios’ do jornalismo. Podia não haver regulamentos ou estatutos a excluir potenciais jornalistas de acederem à profissão, mas esses potenciais jornalistas tinham de estar muito bem preparados para os rigores que os esperavam (Hampton, 2005: 145).

Em suma, podemos dizer que o já longo processo de associação dos jornalistas, na sua diversidade e mesmo nas suas contradições, foi desempenhando um papel importante nos esforços próprios de definição profissional – sendo certo que até as respostas às críticas que lhes eram dirigidas começaram por ser “individuais, desordenadas, defensivas”, mas progressivamente foram veiculando “um conteúdo cada vez mais colectivo”, o que ajudou a profissão a “desenhar, embora confusamente nos inícios, os

⁷ Como mais à frente veremos, a este “mito fundador” da liberdade de expressão como base justificadora e legitimadora do jornalismo há que contrapor um outro, o de que o jornalismo se legitima antes de tudo pelo facto de dar corpo e substância ao direito dos cidadãos à informação. E se o direito à livre expressão ‘abriria’ a todos, teoricamente, a actividade jornalística, já o adequado preenchimento do direito dos cidadãos à informação implicaria, da parte de quem tem essa responsabilidade, uma preparação e uma competência razoáveis que aconselhariam, no mínimo, algum ‘fechamento’ da profissão.

contornos da sua identidade” (Delporte, 1999: 164-165) –, bem como na desejada afirmação do grupo para o exterior.

Importa realçar, entretanto, que este caminho não chegou a soluções uniformes em todos os países e, sobretudo, que ele ainda prossegue, dando bem medida de um processo de profissionalização também ainda em desenvolvimento. O exemplo português é, a este título, elucidativo: organizados basicamente num único sindicato nacional, que integra também um Conselho Deontológico (cuja maior ou menor capacidade de actuação é frequentemente discutida), os jornalistas portugueses são legalmente credenciados para o exercício da profissão através de uma Comissão da Carteira Profissional, definida na lei⁸ como uma “entidade pública independente” (a ela preside um magistrado judicial, indicado pelo Conselho Superior da Magistratura, e compõem-na ainda três jornalistas com um mínimo de cinco anos de profissão, eleitos pelos pares, e três representantes respectivamente dos órgãos de imprensa, dos operadores de radiodifusão sonora e dos operadores de televisão, indicados pelas suas associações). Mas durante o ano de 2005, por iniciativa do Governo socialista presidido por José Sócrates, foi apresentada uma proposta de lei que já não restringe as competências desta Comissão à emissão, renovação, suspensão ou cassação dos títulos profissionais (a partir dos requisitos e incompatibilidades legalmente definidos), mas as alarga à apreciação e sanção de eventuais faltas cometidas pelos jornalistas em matérias do foro ético e deontológico. A iniciativa tem dividido as opiniões. Simultaneamente, como já referimos, a ideia de criação de uma Ordem para os jornalistas – ou de um organismo similar – ainda não foi abandonada na mente de alguns profissionais. Ou seja: persiste em alguns a convicção de que o Sindicato cumpre uma função, mas que poderá ser insuficiente (ou não totalmente adequado) para todas as vertentes de representação e regulação colectiva dos jornalistas, sobretudo tendo em vista o carácter ‘híbrido’ da sua profissão, com uma componente ligada à actividade laboral assalariada mas outra mais próxima do quadro ético e deontológico em que costumam enquadrar-se as profissões liberais, atendendo à sua responsabilidade social. Não é por acaso, aliás, que também os jornalistas portugueses dispõem desde 1976 (como os franceses desde 1935) de um Estatuto próprio, em forma de lei aprovada pela Assembleia da República, que lhes confere alguns direitos especiais – a

⁸ Cf. Decreto-Lei n.º 305/97, de 11 de Novembro, que desenvolve o regime jurídico estabelecido pela Lei n.º 62/79, de 20 de Setembro.

cláusula de consciência, o sigilo profissional –, derogatórios do direito laboral comum, naturalmente com a contrapartida de deveres que corporizem o exercício responsável, e responsabilizável, daqueles.

De tudo isto decorre, portanto, que não se impôs, até ao momento, um figurino único, claro e consensual de associação e representação dos jornalistas no domínio profissional, o que de algum modo reflecte bem as suas próprias hesitações e ambiguidades quanto à maior ou menor adequação de um modelo “sindicalista” ou um modelo “profissionalista” à identidade específica do seu *métier* – do que ele é, e do que se pretende que ele seja, ou aparente ser.

2. Em demanda de um saber próprio

Particularmente importante – e especialmente sensível – no processo de afirmação profissional dos jornalistas foi, desde os primórdios, a reivindicação da existência (e domínio) de um corpo próprio de **saber** e de **conhecimentos** especializados, quer no plano teórico quer ao nível prático, adquiridos e aprofundados num esquema de **formação** de contornos bastante específicos, em que o exercício efectivo da actividade (a aprendizagem “na tarimba”) jogaria sempre um papel central. Não admira que assim seja, sabendo-se como se sabe que a existência de um “corpo de conhecimento relativamente esotérico” (MacDonald, 1999: 134) – e conhecimento formal, racional, transmissível num contexto de formação escolar – é habitualmente considerada um critério essencial para o reconhecimento e a legitimação de uma profissão, sendo também encarada como a base científica e o pré-requisito de uma determinada prática profissional.

Como sublinha MacDonald (*ibid.*: 157), as profissões surgiram como formas específicas de organização precisamente quando o conhecimento emergiu como “uma entidade socio-cultural de direito próprio, independente das instituições sociais estabelecidas”, a que se associou a criação e desenvolvimento de um mercado livre que tornou possível a oferta (e venda) de serviços baseados no conhecimento. Esta inovação característica da modernidade ‘retira’ o conhecimento dos compartimentos do mundo social e moral a que se encontrava confinado e dissocia-o também do estatuto de nascença ou de fortuna de pequenos grupos privilegiados a quem estava tradicionalmente reservado o seu acesso, num processo que se inicia com a Renascença, prossegue com a Reforma e

com o Iluminismo, e se mostra genericamente consolidado nos alvares do século XIX. Quando, aliás, as profissões começam a emergir e a afirmar-se como formas específicas, novas, de divisão e organização do trabalho especializado:

As profissões são ocupações baseadas no conhecimento [*knowledge-based*] e, portanto, a natureza do seu saber, a avaliação sócio-cultural do seu saber e as estratégias do grupo ocupacional em lidar com o seu saber são de uma importância central (MacDonald, 1999: 160).

Erigido o **saber** num dos traços essenciais distintivos do profissionalismo – havendo, contudo, que aprofundar a questão fulcral da **natureza** desse saber, como adiante faremos –, compreende-se que todas as profissões, ou ocupações aspirando a tal estatuto, se tenham empenhado em definir e proclamar as suas bases epistemológicas, um fundamento científico, racional, formal, que lhes fornecesse tanto legitimidade como crédito de confiança e valor de mercado para a sua autonomização e implantação na sociedade. E esse foi um processo mais fácil para umas ocupações do que para outras.

A maior ou menor importância concedida, de um lado, à existência de um corpo de saberes teóricos, formais, aprendidos em escola de nível superior e certificados através da outorga de um diploma, ou, de outro lado, à existência de um saber prático, concreto, situado, aprendido em contextos de trabalho e avalizado por uma relação económico-laboral, diferencia os percursos dos grupos profissionais. Algumas profissões tenderam tradicionalmente a desvalorizar o aspecto do conhecimento formal, escolar, necessário à sua prática, enfatizando, em sua vez, quer as qualidades ou inclinações dos candidatos ao ofício (no que parece significar alguma recuperação ou continuidade do fundo religioso originariamente associado à palavra “profissão” enquanto compromisso e resposta a um “chamamento”, enquanto “vocação”⁹), quer um ‘saber-fazer’ prático e um ‘saber-ser’ relacional que constituiriam a verdadeira medida de uma efectiva competência profissional. Isto é especialmente válido para as profissões criativas, de pendor artístico, e para as profissões de prestação de cuidados [“*caring*”] – enfermagem, sacerdócio, assistência social –, onde as decisões a tomar estão, mais do que em qualquer outra situação, dependentes da apreciação do contexto de trabalho específico e das pessoas concretas nele envolvidas. São profissões em que há uma componente forte de **indeterminação** (por contraposição às que acentuam a componente de **tecnicidade**, radicada num conhecimento científico geral que se aplica em modo de ‘receita pré-

⁹ Registe-se a curiosidade de o termo alemão para profissão ser o mesmo que para vocação – “*Beruf*” –, reenviando etimologicamente para o verbo “chamar” (“*rufen*”).

fabricada’ às situações particulares, como explicámos atrás), o que eventualmente contribui para reforçar o seu poder específico: quanto maior é o elemento de juízo próprio requerido no exercício profissional concreto, menos esse exercício é susceptível de sistematização, de explicitação, de rotinização – e de controlo. Daí que estas profissões tenham frequentemente dificuldade em explicitar o tipo de saber(es) específico(s) requerido(s) para a sua actividade, com isso contribuindo para o tornar menos acessível a potenciais candidatos – o que facilita a reivindicação de um mercado de trabalho fechado e controlado pelo próprio grupo – e também menos escrutinável a partir do exterior. Mas trata-se de uma vantagem que tem o seu reverso: se não radica num corpo de saberes minimamente objectivável e tudo reduz à indeterminação dos casos concretos, a profissão arrisca-se a ser desvalorizada na comparação com as ‘profissões estabelecidas’ e a ficar teoricamente disponível para todos os que possuam meros conhecimentos de senso comum, desde que ultrapassem as barreiras administrativas e legais (que não científicas, académicas ou mesmo técnicas, por inexistentes) criadas para proteger a ‘corporação’.

É claro que todas as práticas profissionais têm um maior ou menor grau de indeterminação, situada essencialmente nas operações de “inferência” – para recordar a tipologia proposta por Abbott (1988), que distingue entre operações de **diagnóstico**, de **inferência** e de **tratamento** (ver Capítulo I). E se, como diz, o diagnóstico e o tratamento são “actos de mediação”, a inferência é, “por contraste, um acto puramente profissional”: com base nas informações do diagnóstico e no elenco de tratamentos possíveis, faz as **reflexões** e toma as **decisões** adequadas à situação particular em questão. É aqui que, verdadeiramente, parece radicar o saber profissional, num sentido que ultrapassa a habitual dicotomia entre teoria e prática e que, numa lógica de complementaridade entre ambas, se abre à singularidade do acto concreto e dos clientes concretos a quem serve, mobilizando conhecimentos e experiências, qualificações e competências, normas e valores, dados objectivos e dados subjectivos, para o exercício de um efectivo **saber de acção** que vai além da mera aplicação de um receituário técnico pré-formatado.

Algun paralelo com estas distinções pode ser encontrado noutra subdivisão, agora proposta por Halliday (1987), entre as, por assim dizer, profissões ‘**científicas**’ – com uma base cognitiva mais *descritiva*, mais próxima dos *factos* – e as profissões ‘**normativas**’ – com uma base cognitiva mais *prescritiva*, mais associada a *valores*. Para Halliday, exemplo superlativo das segundas seriam os clérigos (a profissão mais antiga), enquanto nas primeiras estariam os engenheiros e, de modo mais temperado, os médicos. Mais uma vez, não se trata de classificações mutuamente exclusivas, uma vez que todas as profissões

bebem em alguma medida das duas fontes¹⁰, embora com uma diferente valorização relativa: se a dimensão cognitiva está sempre presente em todas as classificações profissionais, não o está menos a dimensão normativa, seja em termos genéricos da referência a princípios éticos considerados essenciais para a sua legitimação, seja em termos mais estritos, mediante a elaboração de códigos deontológicos definidores e enquadreadores de uma moral profissional. O certo é que, como recorda MacDonald (1999: 169), quanto mais científica é a base de conhecimento de uma profissão, menos provável é que a sociedade conceda aos seus praticantes “qualquer influência relevante em questões de juízo moral”; inversamente, as que revelam bases de conhecimento pericial [*expert*] menos seguras “podem provavelmente ser mais consideradas no que toca a questões sociais gerais, por causa da componente moral do seu trabalho”. Daqui decorre, então, que

as ocupações com uma maior capacidade de influência pública serão as que têm um pé em ambos os campos, e que podem invocar a autoridade da ciência ao mesmo tempo que contêm um sopro de normatividade (MacDonald, 1999: 169).

É muito por aqui, cremos, que passa o percurso de profissionalização do jornalismo, e que, nos inícios, fazia depender a sua reivindicação a um reconhecimento social e legal sobretudo da relevante função de serviço público que preenchia e do modo alegadamente altruísta como o fazia, recorrendo no essencial a saberes e a técnicas ‘de senso comum’, ou seja, dando corpo à liberdade de expressão que é apanágio de todos os cidadãos mas que os jornalistas, em jeito de delegação de poderes, assumiam como trabalho quotidiano. Nesses primórdios, portanto, o enfoque estava claramente mais no pólo normativo do que no pólo científico – a subalternização deste passava, inclusivamente, pela recusa de qualquer formação específica em contextos institucionais, formais, escolares, bastando-se com o talento pessoal, com a “vocação” e com a aprendizagem de algum “saber-fazer” reproduzido pela prática junto dos pares. As coisas foram-se tornando, contudo, mais complexas, quer através do desenvolvimento de um saber específico e progressivamente autonomizado (a partir da fase de industrialização da imprensa), quer através da necessidade crescente de uma legitimação pública que implicava uma maior adequação às exigências habitualmente associadas ao profissionalismo. E os jornalistas foram fazendo, de algum modo, o caminho inverso ao

¹⁰ Halliday refere mesmo que certas ocupações se colocam, em sua opinião, acima da divisão entre “científico” e “normativo”, e desenvolvem o que denomina uma “fundação epistemológica sincrética” (*apud* MacDonald, 1999: 169), de que dá como exemplos os militares e as profissões académicas.

que se suporia mais lógico, partindo de jusante (o saber prático) para montante (o conhecimento teórico), tentando encontrar e aprofundar neste os alicerces, as balizas e os justificativos daquele. Poderá, porventura, dizer-se desta o que MacDonald disse de outras profissões estudadas em pormenor (como a de contabilista, ou *accountant*): que “a prática profissional acabou por engendrar uma *coleção esotérica de áreas de saber*, mais do que uma base de saber esotérico” (MacDonald, 1999: 201, realces do autor). O que leva o autor a concluir que o específico do saber profissional neste tipo de profissões “é não tanto a teoria, mas a prática elevada ao nível de uma teoria”; e que “a sua essência é o método científico, mais que uma ciência *per se*” (*ibid.*: 202):

Os contabilistas podem, assim, ser considerados como possuindo uma coleção esotérica de saberes, mesmo que partilhem muitos dos componentes específicos desses saberes com diversas outras ocupações; e esta sua base cognitiva encontra-se na aplicação de métodos susceptíveis de serem descritos em termos abstractos, mais do que no conteúdo da sua prática (*ibidem*).

Parece clara a analogia, a diversos níveis, com o caso dos jornalistas e do percurso que vêm fazendo no sentido de definir, afirmar e valorizar um conjunto de saberes que seja, no essencial, fonte de reconhecimento social e de legitimação pública – e também, naturalmente, de dignificação interna do *métier* e de manutenção de um segmento do mercado de trabalho razoavelmente fechado ou protegido, sobre o qual é garantida uma “jurisdição”.

Esta questão do(s) saber(es) associados ao jornalismo, assim como do modo como foi evoluindo, pode ser analisada, por maior clareza metodológica, em quatro níveis:

- 1) o do estatuto do jornalismo enquanto **forma de conhecimento** específica;
- 2) o do estatuto do jornalismo enquanto **disciplina** autónoma, baseada num “saber” próprio e traduzida num “saber-fazer” específico, que comporta também um “saber-que-fazer” e um “saber-ser” – um conjunto a que poderíamos chamar o **saber profissional**;
- 3) o dos modos de adquirir esse saber profissional – ou seja, a questão da **formação** dos novos profissionais;
- 4) finalmente, o do estatuto do jornalista enquanto **profissional expert**.

2.1. - O jornalismo como forma de conhecimento

Quase dois séculos antes da afirmação do jornalismo como actividade globalmente expandida, profissionalizada, industrializada e massificada, já ele era – naturalmente *avant-la-lettre* – objecto de uma tese doutoral submetida pelo erudito Tobias Peucer à apreciação da Universidade de Leipzig. O estudo “*De relationibus novellis*” [traduzido em brasileiro como “Os relatos jornalísticos”], apresentado em 1690 e por alguns considerado o trabalho “precursor da Teoria do Jornalismo” (Sousa, 2004: 46)¹¹, enuncia algumas das questões que serão centrais na afirmação do jornalismo enquanto disciplina autónoma dedicada à difusão de informação – o conceito de notícia, o papel das fontes informativas, os critérios de noticiabilidade, os constrangimentos industriais e económicos na produção noticiosa, a função de agendamento, as técnicas narrativas próprias – mas também aborda, ainda que muito superficialmente, o lugar do jornalismo no quadro da produção e divulgação de conhecimento. Associando-o de algum modo à disciplina da história – mas à história “confusa”, a das “coisas desordenadas”, e não à história “universal” (Peucer, 1690/2004: 15-16) –, por ver nos dois domínios similitudes ligadas à “conservação do registo dos factos acontecidos” (*ibid.*: 26), escrevia:

A finalidade dos novos periódicos é mais própria para o conhecimento de coisas novas acompanhadas de uma certa utilidade e actualidade. Foi por esta causa que começaram por primeiro lugar a serem escritos e divulgados os periódicos (...). Com efeito, o afã de saber coisas novas é tão grande que cada vez que os cidadãos se encontram em encruzilhadas e nas vias públicas, perguntam: “o que há de novo?”. A fim de satisfazer esta curiosidade humana tem-se imprimido de todo modo novos relatos jornalísticos em diversos idiomas. E os que os lêem podem satisfazer assim a sede de novidades dos companheiros e dos grupos de amigos (Peucer, 1690/2004: 26/27).

Salvaguarda, não obstante, as devidas distâncias entre os papéis respectivos do relato histórico e dos relatos mais imediatos ou “precipitados” dos periódicos:

Não afirmaria absolutamente que a utilidade dos periódicos seja tão grande como a da história escrita com bom senso (...). Da mesma forma, não se pode negar que haja neles alguma utilidade que afecta a vida tanto privada como pública dos homens (*ibid.*: 27).

¹¹ Isto é dito sem prejuízo de o próprio Sousa (2004:35) esclarecer que Tobias Peucer “não foi o primeiro estudioso do século XVII a debruçar-se sobre os fenómenos pré-jornalísticos desse tempo e muito menos o primeiro autor a contribuir para o entendimento do jornalismo”, recordando alguns autores que o próprio Peucer citava. Refira-se, entretanto, que, ao contrário de Sousa, há quem recuse classificar o estudioso alemão como “progenitor” das modernas teorias do jornalismo, como é o caso de Tambosi (2004), que, sem retirar a Peucer méritos por alguma sistematização dos “principais conceitos da recém-nascida imprensa periódica”, prefere associar a sua tese doutoral apenas à ‘cultura da notícia’ que, à época, “começava a consolidar-se nos principais centros da Europa” (Tambosi, 2004:50).

Esta comparação – que antecipa, aliás, a afirmação feita poucas décadas depois por Théophraste Renaudot, em França, de que “*l’histoire est le récit des choses advenues; la gazette seulement le bruit qui en court*” (ver Capítulo II), e que seria desde então frequentemente glosada, por exemplo quando alguns definem jornalismo como “a História escrita à queima-roupa” (*apud* Meditsch, 2002:11) – suscita uma questão relevante: não parece ser pelo cotejo com as ciências ‘estabelecidas’ ou com os métodos científicos tradicionalmente definidos que o jornalismo pode reivindicar também para si uma capacidade legítima de produção de conhecimento. Por esse caminho, ele não só não é reconhecido como capaz de produzir conhecimento válido, como até é acusado de contribuir “para a degradação do saber” (Meditsch, 2002: 10). Ou, então, não ultrapassará o estatuto de uma “ciência menor” (*ibidem*), na eventualidade – apesar de tudo já mais avançada – de lhe ser reconhecida alguma utilidade enquanto forma de conhecimento “**das**” coisas, que não apenas de um conhecimento “**sobre**” as coisas.

Esta distinção abre, contudo, caminho para uma abordagem menos restritiva da questão, ao admitir que há diferentes tipos de conhecimento, como sugeriu o trabalho pioneiro de Robert Park em 1940, a partir de uma formulação anterior de William James. Distinguindo entre o “conhecimento de familiaridade”, ou “**familiaridade com**” – que “advém do uso e do costume, e não de uma investigação formal e sistemática” (Park, 1940/2002: 35) – e o “**conhecimento sobre**” – um “conhecimento formal, racional e sistemático”, baseado “na observação e em factos, mas factos que foram verificados, catalogados, regimentados e, por último, ordenados de acordo com esta ou aquela perspectiva” (*ibid.*: 37) –, Park associa a primeira à necessidade de “acomodação do indivíduo ao seu *habitat*” e, portanto, àquilo a que usualmente se chama “tacto ou senso comum” (*ibid.*: 36). Ora este conhecimento “de senso comum” e ligado ao mundo vivido no quotidiano, tradicionalmente minorizado e desvalorizado em favor do conhecimento teórico, analítico, formal, tem hoje um lugar também relevante e próprio – como dizia Park (1940/2002: 39), estamos perante “duas formas distintas de conhecimento”, com funções distintas para as pessoas, “e não o mesmo tipo de conhecimento com diferentes graus de precisão e validade” –, como demonstraram de modo especialmente claro Peter Berger e Thomas Luckmann, nos anos 60 do século XX, na sua obra de referência, “*A construção social da realidade*”:

As formulações teóricas da realidade, quer científicas, filosóficas ou até mitológicas, não esgotam o que é “real” para os membros de uma sociedade. Sendo assim, a sociologia do conhecimento deve antes de mais ocupar-se com o que os homens “conhecem” como “realidade”, na sua vida quotidiana, vida não teórica ou pré-teórica. Por outras palavras, o “conhecimento” com

bom senso, mais do que as “ideias”, deve ser o foco central da sociologia do conhecimento. É este “conhecimento” que constitui o tecido de significados sem o qual nenhuma sociedade pode existir (Berger & Luckmann, 1999: 26-27).

Invocando a “atitude natural” (conceito proposto, também nos anos 1960, por Alfred Schutz) como a atitude da consciência do senso comum, “porquanto se refere a um mundo que é comum a muitas pessoas” (Berger & Luckmann, 1999: 35), estes autores insistem em que a realidade da vida quotidiana é, para as pessoas, “a realidade por excelência”, a “realidade predominante” (*ibid.*: 33), e que elas a apreendem também de um modo partilhado:

A realidade da vida quotidiana apresenta-se-me (...) como um mundo intersubjectivo, um mundo que partilho com os outros. Esta intersubjectividade diferencia com nitidez a vida quotidiana de outras realidades, das quais tenho consciência. Estou sozinho no mundo dos meus sonhos, mas sei que o mundo da vida quotidiana é tão real para os outros quanto o é para mim (*ibid.*: 35).

O conhecimento do senso comum olhado, assim, como “aquele que partilho com os outros nas rotinas normais, auto-evidentes na vida quotidiana” (*ibidem*), é um elemento essencial para os indivíduos atribuírem sentido, e o irem partilhando e construindo também colectivamente, face ao mundo em que vivem. E faz parte integrante de um “contínuo” onde cabem os diversos tipos de conhecimento e onde, então, também “as notícias têm o seu lugar próprio” (Park, 1940/2002: 39) – notícias que, “avaliadas como forma de conhecimento, são provavelmente tão antigas como a humanidade” (*ibid.*: 45).

Um elemento importante desta forma específica de conhecer a realidade que nos rodeia no presente – um “presente ilusório”, no dizer de Park (*ibid.*: 40), dado o seu carácter efémero e transitório, traduzido no facto de as notícias serem por isso um bem extremamente perecível, mas um presente simultaneamente bem “real” – tem a ver com a sua dimensão colectiva, partilhada:

A primeira reacção típica do receptor de uma notícia é desejar contá-la a alguém. Isso dá motivo de conversa, fomenta comentários e, eventualmente, inicia uma discussão. Mas o que é singular neste processo é que, no momento em que a discussão começa, o acontecimento em discussão deixa de ser notícia e, enquanto interpretações divergentes de um acontecimento, as discussões deslocam-se da notícia que as motivou para as questões que originaram a própria notícia. O choque de opiniões e sentimentos que a discussão necessariamente produz culmina normalmente na produção de um determinado tipo de consenso ou opinião colectiva – a que chamamos opinião pública. É na base da interpretação de acontecimentos presentes, isto é, de notícias, que a opinião pública se constitui (Park, 1940/2002: 41).

O jornalismo funciona, assim, como uma forma de conhecimento que não é apenas (ou sobretudo) um fim em si mesmo, mas é também um meio para, tanto em termos individuais como em termos colectivos – as verdadeiras notícias são “as que se incorporam na nossa conversação”, como sublinha Gomis (1991: 16) –, se ir atribuindo sentido à

realidade envolvente e, nesse processo, a ir construindo socialmente. Sendo certo que as notícias, elas próprias, já fazem parte desse processo de construção, pois está hoje bastante consensualmente assumido que elas não se restringem a “espelhar” a realidade – a tradicional imagem do **espelho** que **reflecte** deve ser substituída pela imagem do **prisma óptico** que **refracta** –, mas pelo contrário a “representá-la”, com o que isso contém de modificação. É o que salienta Tuchman, a partir da sua “abordagem interpretativa” das notícias, que procura compreender as motivações e os mecanismos pelos quais “o trabalho jornalístico transforma as ocorrências quotidianas em acontecimentos informativos” (Tuchman, 2002: 93), bem como as consequências daí decorrentes:

[A]s notícias não espelham a sociedade. Ajudam a construí-la como um fenómeno social partilhado, dado que no processo de descrição de um acontecimento, as notícias definem e moldam esse acontecimento (Tuchman, 2002: 92).

Encarar o jornalismo como uma forma de conhecimento deverá passar, então, menos por tentar descobrir o que ele tem de semelhante com as formas correntes de conhecimento científico (*démarche* que eventualmente o desclassifica) e mais por tentar afirmar “o que ele tem de único e original” (Meditsch, 2002: 11). Ou seja, o facto de “revelar” a realidade não de maneira melhor ou pior que a ciência, mas de maneira “diferente”, sendo que “ao revelar diferente, pode mesmo revelar aspectos da realidade que outros modos de conhecimento não são capazes de revelar” (*ibidem*).

Inscrito no campo lógico do senso comum, encontrando “a sua força na revelação do próprio facto na sua singularidade” (*ibid.*: 17), o jornalismo dá a **conhecer** a realidade dominante (que é a da vida quotidiana) mas, por esse acto, dá também a **re-conhecer**, individual e colectivamente, outras realidades significativas para que reenvia a reflexão sobre aquela, uma vez que o seu conteúdo está “necessariamente vinculado a um contexto”, como bem aponta Meditsch:

O texto só adquire sentido dentro de um contexto. Isto dificulta tanto a sistematização quanto a acumulação destes conteúdos, contrariamente ao que ocorre com a ciência, que isola o texto do contexto. Mas, neste sentido, o conhecimento produzido pelo Jornalismo é mais sintético e mais holístico do que aquele produzido pela ciência (Meditsch, 2002: 18).

É nestas especificidades que ele encontra as suas forças e as suas fragilidades por comparação com outras formas de conhecimento, não podendo “descolar de noções pré-teóricas para representar a realidade” mas, em contrapartida, alimentando-se do facto de que essas noções pré-teóricas, como atrás vimos, “orientam o princípio de realidade” do público; e este fica servido com um tipo de conhecimento “menos rigoroso do que o de

qualquer ciência formal” mas, em compensação, “também menos artificial e esotérico” (*ibid.*: 15).

O facto de se encarar o jornalismo nesta perspectiva, mesmo com fragilidades e limitações (das quais a menor não é, sem dúvida, a circunstância de a notícia ser, ela própria, uma versão ou representação da realidade, e não a própria realidade, apesar de poder ser percebida como tal), tem uma outra consequência especialmente relevante para este nosso trabalho, pois aponta para as responsabilidades acrescidas do jornalista:

Considerar o jornalismo como modo de conhecimento implica também aumentar a exigência sobre a formação profissional dos jornalistas, que deixam de ser meros comunicadores para se transformarem em produtores e reprodutores de conhecimento (Meditsch, 2002: 21).

E estas novas exigências no plano das qualificações e das competências, a montante do exercício profissional, prolongam-se também noutras exigências a jusante, ligadas mais ao foro ético e deontológico, com a consequente obrigatoriedade de ‘prestação de contas’ à sociedade:

[O] conhecimento da realidade é uma questão tão vital para os indivíduos e para as sociedades que, se o jornalista não é apenas quem o comunica, mas também quem o produz e o reproduz, deve estar submetido a um controlo social e a uma avaliação técnica mais próxima e mais permanente” (*ibidem*).

2.1.1. - Os *media* como actores culturais

Ainda neste contexto do jornalismo como forma de conhecimento, merece também referência a abordagem feita por Schudson (1995) às notícias [*news*] como “uma forma de cultura”, uma forma específica que se traduz na produção do que ele apelida de “conhecimento público” (Schudson, 1995: 3). O pressuposto remete essencialmente para as actividades de selecção e hierarquização da realidade circundante que são proporcionadas pelos *media* noticiosos: eles não só escolhem, da (tendencialmente infinita) informação disponível, a que se afigura mais importante, relevante ou interessante, como ajudam a interpretar e explicar os eventos. Desse modo,

as notícias são parte do *background* através do qual e com o qual as pessoas pensam. São também – as notícias [*news*] ou “os *media*” em geral (para além do conteúdo de uma história noticiosa particular) – uma das coisas sobre que as pessoas pensam” (Schudson, 1995: 16).

E é nesta vertente que o autor inscreve, acima de tudo, o sempre tão discutido poder dos *media*: menos na sua capacidade de funcionar como “causa” geradora de quaisquer efeitos directos na audiência, e sim no seu papel de “actores *culturais*”, de “produtores – e mensageiros – de sentidos, de símbolos, de mensagens” (*ibid.*: 18, realce

do autor). A sua importância decorre do facto de ajudarem a definir e a circunscrever o contexto com base no qual os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições, podem ser inteligivelmente descritos. “O jornalismo é (...) um método de interpretação”, escreveu Gomis (1991: 38). E não se esqueça, entretanto, que os protagonistas directos desta actividade (os jornalistas) estão, eles próprios, inseridos num “sistema cultural” que convém não negligenciar, pois o seu conhecimento e consideração ajudam a compreender os ‘comos’ e os ‘porquês’ dos processos de selecção com que permanentemente estão confrontados e a que têm de dar resposta.

Pela circunstância de escolher e amplificar determinados eventos em detrimento de outros, o jornalismo, no dizer de Schudson (1995: 19), “confere-lhes uma legitimidade pública”, colocando-os num fórum onde podem ser discutidos por uma audiência geral, com o que isso significa de estímulo à interacção social. Mesmo que daí não decorra um efeito directo sobre o público, traduzido em acção, produz-se um acumular de conhecimentos (e conhecimentos colectivamente partilhados) que, de algum modo e em algum momento, podem vir a ser mobilizados pelos cidadãos na sua relação com o mundo em que vivem. Convém, todavia, fazer a distinção entre informação e conhecimento, expressa por Schudson na diferença entre o “cidadão **informacional**” – saturado “com *bits* e *bytes* de informação” – e o “cidadão **informado**” – que “não tem apenas informação, mas tem um ponto de vista e preferências com os quais dá sentido àquela” (*ibid.*: 27). E isso não é função só da *performance* dos *media* noticiosos, mas sobretudo de uma “cultura política, definida em sentido amplo” (*ibid.*: 169) – para a qual, não obstante, aqueles em parte concorrem também.

2.1.2. - A ciência da “periodificação”

Apesar do que atrás ficou ressaltado, há, ainda assim, quem se venha empenhando em afirmar o jornalismo como uma verdadeira ciência – específica, particular, mas ciência apesar de tudo, com o que isso significa de produtora de um conhecimento sistematizado, formal e abstracto. Para o estudioso espanhol Enrique de Aguinaga, que há anos vem desenvolvendo essa tese – e que vê na progressiva (e hoje já inquestionada) aceitação do jornalismo pelo sistema de ensino universitário uma comprovação óbvia do seu argumento –, o elemento nuclear reside no facto de o jornalismo ser, não propriamente um conjunto esparso de notícias ou informações, mas “um sistema de classificação da realidade, que trata de nos proporcionar uma *imago mundi*” (Aguinaga, 2001). Mais do que a actividade de redacção, importam nele as actividades essenciais de **selecção** e **valoração** ou

hierarquização da realidade, que reclamam e mobilizam um saber específico, o “saber jornalístico”, e que conduzem à tal **classificação**. Neste quadro, o jornalista é “antes de qualquer outra coisa, um ordenador de informações e opiniões” (*ibidem*).

Raciocinando a partir da etimologia do termo “periodismo”, que em castelhano se usa para nomear o jornalismo, Aguinaga associa-o não só ao carácter periódico da imprensa – um aspecto que lhe foi distintivo desde sempre mas que, curiosamente, hoje em dia quase desapareceu face às lógicas alternativas de fluxo contínuo e de rede –, mas também à sua acepção taxionómica, patente na “tabela periódica” de Mendeleyev, que classifica os elementos em função dos respectivos pesos atómicos. E é já não na “periodicidade”, mas na “periodificação” que Aguinaga vê “o fundamento da dimensão científica do jornalismo”, insistindo nele mais como um “modo classificatório” do que como um “modo narrativo”:

O jornalismo [*periodismo*] é essencialmente um sistema de classificação (periodificação) da realidade, constituída pelos factos e opiniões actuais, mediante operações metódicas de selecção e valoração, efectuadas por aplicação dos factores de interesse próprios de cada âmbito social, e dos factores de importância próprios de cada meio de comunicação jornalística (Aguinaga, 2001¹²).

É a partir daqui que considera possível (e necessário) elaborar uma Teoria do Jornalismo, destinada a dissecar as “leis internas” e a “lógica” que o regem, começando pela questão da (1) definição do conceito de “importância jornalística”, continuando pela (2) análise dos “métodos para a sua determinação e selecção em cada caso”, e terminando no (3) estudo dos “critérios de valoração dos elementos seleccionados” para compor o conjunto final (*ibidem*). Neste conjunto final, que é um “conjunto ordenado valorativamente para dar uma versão da realidade” é que verdadeiramente reside, segundo o autor, o “acto jornalístico [*periodístico*]”, classificatório, pois os elementos parcelares que o constituem (uma reportagem, uma entrevista, uma notícia...) não são, em sua opinião, actos jornalísticos, mas “actos carreados [*aportados*] como elementos classificáveis”. Esta operação última de ordenação – que, diga-se de passagem, parece não levar na devida conta os critérios e métodos mobilizados logo no início do trabalho jornalístico, quando é tomada a decisão de fazer *esta* e não *aquela* reportagem, *esta* e não *aquela* entrevista – constitui, para Aguinaga, a efectiva concretização da finalidade do

¹² A citação reproduz, literalmente, o argumento já apresentado e desenvolvido por Aguinaga em 1987, no âmbito do trabalho de investigação com que, nesse ano, se candidatou a um lugar de catedrático na área de jornalismo, na Faculdade de Ciências da Informação da Universidade Complutense de Madrid.

jornalismo, que não reside na informação, mas na “transformação da informação em conhecimento”. Ou seja, “a organização do caos acumulado de dados numa forma de saber que é o *saber jornalístico*, de modo a que a informação seja matéria-prima do conhecimento” (*ibidem*, realce do autor).

“*Onde está o conhecimento, perdido na informação?*”, escrevia T. S. Elliott no seu poema “*The Rock*”, de 1834, invocação que serve a Aguinaga para afirmar que já a intuição poética tinha apreendido aquilo que agora se apresenta como um propósito científico. O seu raciocínio prossegue com a constatação de que, ao ordenar e classificar o caos da realidade para que esta se torne inteligível, o jornalismo não só transforma a informação (isolada, atomizada, descontextualizada) em conhecimento como, por esse acto, “formula uma interpretação da realidade”. Nesse sentido, defende que todo o jornalismo é interpretativo. Mais: pelo facto de “classificar a realidade de modo interpretativo”, o jornalismo “cria nova realidade” (*ibidem*). E assim se fecha o círculo do argumento em favor da dimensão científica deste modo específico de produzir (e difundir) conhecimento que é o jornalismo.

Tal como já vimos a partir das propostas de Meditsch, também daqui decorrem desafios importantes para uma análise mais aprofundada do que seja este multifacetado “saber jornalístico” – repartido por complexas operações de selecção, valoração, narração, ordenação, classificação e interpretação da realidade actual, ou, na versão sintetizada de Ericson, Baranek e Chan (1987, *apud* Traquina, 2002: 151), uma trilogia composta por “saber **de reconhecimento**”, “saber **de procedimento**” e “saber **de narração**” –, com consequências óbvias no plano da formação/qualificação dos jornalistas mas também, e até por isso, na definição da identidade profissional que têm procurado construir e afirmar ao longo das últimas décadas. Os pontos seguintes deste capítulo contribuirão, esperamos, para esclarecer um pouco mais esta questão.

2.2. - O jornalismo como disciplina autónoma

Desde que o jornalismo se torna uma actividade industrializada e alegadamente profissional – uma actividade essencialmente voltada para a informação sobre a actualidade, exercida por trabalhadores remunerados, em permanência e exclusividade de função –, coloca-se a questão de definir qual é (se o há), o **saber específico** que lhe subjaz. Um dos pressupostos fundamentais, como já dissemos, é o de que a capacidade de auto-organização de uma profissão depende em boa parte da sua “capacidade para traçar um

limite preciso entre os profissionais reconhecidos e os outros, entre os ‘sagrados’ e os ‘profanos’, a fim de impedir – ou não – a intrusão destes nos assuntos daqueles” (Monjardet, 1987: 52). E a prossecução deste desiderato encontra o seu sentido no facto de que os profissionais “monopolizam (ou visam monopolizar) um saber específico correspondente a uma função social reconhecida” (*ibidem*). Obtido esse monopólio, e por aí neutralizadas de algum modo as ameaças de concorrência externa, acaba por ser “este saber, a sua natureza, a sua aquisição, a sua partilha e o seu controlo, que se torna o princípio maior da organização e do funcionamento” (*ibidem*) do grupo profissional, com implicações várias no recrutamento de novos membros, nas possibilidades de acesso, na formação inicial e contínua, e na afirmação e valorização social da sua *expertise*.

Esta questão acaba por ter relevância não só no plano da acção como no plano do discurso, com vista à legitimação da profissão. Como diz Ruellan (1997: 150), “se a construção das profissões passa por um esforço de elaboração de representação, a competência assume um lugar preponderante”. Trata-se, no fundo, de desenvolver uma “argumentação que tende a fazer de cada profissão a única depositária de competências técnicas e a única legítima para julgar as vias que permitem a sua aquisição” (*ibidem*), num processo que tem também incidência na construção da identidade profissional, aqui mais por alteridade, ou seja, na dimensão da afirmação de si através da negação dos outros.

De tudo isto decorre, então, a importância de perceber melhor qual a (complexa) natureza de tal saber – o termo “competência” fica deliberadamente para mais tarde – específico: importa ver como se define, mas também como se adquire e transmite, como se regula e escrutina. Afinal, quando uma determinada área de saber mais ligada à prática procura afirmar-se autonomamente e legitimar-se por relação com outras, trata de proceder à sua “codificação disciplinar” (Colasse, 1997: 76), perseguindo dois objectivos essenciais: fazer desse seu saber um saber transmissível, “uma disciplina no sentido pedagógico do termo” (*ibidem*) – o que lhe permite integrá-lo no sistema institucionalizado da formação – e explicitar as regras e normas que disciplinem a prática, ordenando-a e propiciando assim o seu controlo.

2.2.1. - Para além da dicotomia teoria / prática

Quando se fala de **saber** – ou de **saber profissional** –, fala-se de muitas coisas ao mesmo tempo. Desde logo, tende a estabelecer-se uma dicotomia, frequentemente em

forma de oposição, entre **teoria** e **prática**¹³, entre saberes formais, sistematizados, institucionalizados, certificados (e, como tais, especialmente valorizados segundo a lógica dominante) e, de outro lado, saberes intuitivos, desordenados, informais, decorrentes da experiência pessoal (e, como tais, habitualmente pouco considerados, quando não mesmo desprezados). Esta distinção tradicional esteve sempre muito presente no processo de afirmação profissional do jornalismo, encarado sobretudo como uma actividade prática, que se desenvolvia e aprendia na prática, que se transmitia pela prática, que se definia pela prática – a ponto de subsistirem até hoje correntes importantes, no seio do próprio grupo profissional, que continuam a rejeitar qualquer tipo de formação teórica prévia ao exercício do ofício, insistindo que a excelência no desempenho se consegue com uma equilibrada mistura de qualidades pessoais (talento, vocação) e de experiência acumulada num local de trabalho efectivo (a redacção), quase à maneira dos antigos *métiers* e dos modelos de aprendizagem das corporações.

Como temos visto, esta perspectiva foi revelando as suas insuficiências à medida que se tornou mais complexo o contexto social, económico e laboral em que se ia exercendo a actividade e, sobretudo, quando se percebeu que a prossecução de uma estratégia de profissionalização implicava uma elaboração mais exigente (para “dentro”) e mais formalizada (para “fora”) sobre a especificidade do(s) saber(es) requerido(s) para o acesso à profissão e para o seu exercício competente. Mais: para o seu exercício legítimo, e como tal reconhecido. Assim, o trabalho de desenvolvimento e afirmação do jornalismo enquanto disciplina autónoma correspondeu, por um lado, à evolução natural de uma área específica de produção e difusão de conhecimento que nasceu quase como sub-produto de outras áreas (designadamente a literatura, as *belles lettres*) e demorou o seu tempo a estruturar um domínio próprio, e, por outro lado, à necessidade quase instrumental de dotar este ofício da ‘carta de alforria’ que ajudasse os seus profissionais a passarem, como antes sublinhámos citando Ruellan (1997), de um **estado** a um **estatuto**, com o que isso comportava de reconhecimento e de valorização, mas também de legitimação para a

¹³ Recordem-se, a este propósito, autores que rejeitam liminarmente a apresentação desta dicotomia em forma de oposição, como é o caso de Bruno Latour (1996: 133), para quem “a prática é um termo *sem contrário* que designa a totalidade da actividade humana” sendo que, por isso, não se deve opô-la a outra coisa – designadamente à teoria. “Em teoria, as teorias existem; na prática não existem”, diz ainda (*ibid.*:131), acrescentando que “sem a diferença abrupta entre os dois mundos [o da teoria e o da prática], os privilégios da teoria desapareceriam” (*ibid.*: 145). Em sentido semelhante se pronuncia Tochon (1996: 262), que recusa também a “perspectiva dualista” do binómio teoria-prática e sugere uma “perspectiva integradora” sobre o conhecimento, aquela que garante a “integração do saber pelo actor” e que permite, no fim de contas, passar de uma lógica de “representação” [*represent-action*] a uma lógica de “transformação” [*transform-action*] (*ibid.*: 256).

conquista de um espaço profissional. Ou seja, para o estabelecimento de um tendencial monopólio – em parte real, em parte simbólico – sobre um segmento fechado do mercado de trabalho¹⁴, relativamente ao qual se controla o acesso, se estabelecem as normas, se regula o exercício e se garante o valor social, no pressuposto da prestação de um serviço único e imprescindível à comunidade.

No que respeita à dicotomia teoria-prática, este processo de construção individual e colectiva fez um percurso em dois sentidos, diferentes mas convergentes: ora se empenhou em alargar também ao plano teórico a elaboração e sistematização do saber requerido para o (ou mobilizado no) trabalho jornalístico, desenvolvendo os seus alicerces epistemológicos e fazendo dele objecto de estudo com propósitos e métodos científicos – no contexto mais alargado do desenvolvimento, ele próprio recente, das Ciências da Comunicação –, ora se empenhou em valorizar de um novo modo o saber ligado à prática, ultrapassando as concepções mais tradicionais que o olhavam apenas como um conjunto de técnicas repetitivas e mecanicamente aplicadas, dissociadas de qualquer capacidade reflexiva. Para isto contou, em anos mais recentes, com novas perspectivas que, baseadas em trabalhos de investigação sobretudo nos campos da sociologia e da psicologia, vêm valorizando novas formas de produção, aquisição e transformação de conhecimento (como vimos no ponto anterior), e também recolocando em novos moldes a tradicional dicotomia:

Velha oposição cujas relações têm estruturado duradouramente um grande número de representações individuais e colectivas e acompanhado organizações igualmente duradouras do social, a distinção entre teoria e prática está hoje, possivelmente, em vias de evoluir tanto no seu conteúdo como nas suas formas, dadas as transformações convergentes actualmente constatáveis no domínio da organização do trabalho e da produção, da formação e da investigação (Barbier, 1996: 1).

A ideia subjacente é de que há uma aproximação mútua entre os saberes teóricos e os saberes práticos – e não é por acaso que estes últimos tendem, a partir das novas abordagens, a ser preferentemente denominados **saberes de acção**, como já veremos. Também aqui ocorre um duplo movimento. Por um lado, os saberes de acção vêm o seu estatuto, se assim se pode dizer, elevado:

Tradicionalmente assimilados às competências práticas, aos saberes escondidos, aos saberes de experiência, aos saberes informais, às *habilités* adquiridas na acção e pela acção, os saberes de acção ou os saberes relativos às transformações do real dão lugar, aparentemente de modo cada vez

¹⁴ Recordamos que o “fechamento de um mercado de trabalho”, processo a que aludimos no Capítulo I no contexto das diferentes propostas avançadas pela sociologia das profissões – sobretudo as de Larson e de Paredeise –, é definido como “a sua monopolização por um colectivo de trabalhadores aos quais é socialmente reconhecida a posse de saberes e saber-fazer julgados indispensáveis à elaboração de um bem ou de um serviço” (Paredeise, 1987: 41).

mais frequente (...), a enunciado e a formalização, o que tende a reforçá-los no seu estatuto de saberes e a aproximá-los dos saberes teóricos (Barbier, 1997: 4).

Por outro lado, também os saberes teóricos se vêm ocupando da prática, da acção, com uma atenção e uma consideração que não eram muito habituais:

[Os saberes teóricos], tradicionalmente assimilados a saberes disciplinares, tratasse-se de disciplinas de investigação ou de ensino, ou mesmo de disciplinas profissionais, tendem a alargar-se a novos objectos e a novos campos que os aproximam da acção e da sua inteligibilidade, como se vê com o desenvolvimento de campos de investigação ou de meios científicos correspondendo a campos de prática (*ibidem*).

A necessidade desta mudança, que se pretende reforçar, compreende-se melhor, na formulação de Barbier (*ibid.*: 6-8), a partir de quatro constatações assim sintetizadas:

- a distinção entre saberes teóricos e saberes de acção continua muito tributária do paradigma mais geral de pensamento construído em volta da bipolarização **teoria / prática**, que funciona quase como um “grelha” intelectual na qual os actores sociais são convidados a situar os seus actos e mesmo a sua identidade. A teoria – o que pertence à ordem das “terras altas”, do universal, do abstracto, do dedutivo – associa-se normalmente ao saber teórico e às disciplinas que o ordenam, podendo ser **transponível** para a prática; a prática, por sua vez – o que pertence à ordem das “terras baixas”, do contingente, do efémero, do indutivo, do incerto – associa-se normalmente aos saberes de acção e pode **alimentar** a teoria;
- como contraponto a este paradigma dominante, vão surgindo tentativas de relativizar o estatuto dos saberes em geral, e dos saberes teóricos em particular, seja para re-situar a sua aparição e utilização no seio de certas práticas sociais, seja para sublinhar a importância dos laços entre saber e linguagem. Esta relativização assenta na produção de saberes como resultado de actos de investigação, na análise das transformações dos saberes quando são comunicados e na própria definição da teoria como uma “forma predicativa de conhecimento” ou como “representação partilhada” (*ibid.*: 7);
- paralelamente, desenvolvem-se tentativas de explorar a produção de saberes a partir das práticas, para as práticas e com os actores das práticas, privilegiando a análise das actividades reais e a tomada em consideração dos significados atribuídos pelos próprios actores. São tentativas que tanto podem apresentar-se com um estatuto científico, como com um estatuto de valorização da acção “dando-lhe precisamente os atributos tradicionais dos saberes teóricos” (*ibid.*: 7), sendo

que o aspecto essencial reside no facto de ligarem estreitamente produção de conhecimento e acção;

- têm-se desenvolvido, assim, ferramentas conceptuais que proporcionam “uma inteligência das passagens entre acção e saber” (*ibid.*: 8), o que estimula o desenvolvimento de instrumentos que permitam pensar “o problema das transições entre realidades distintas: entre saber e competência, entre saber indicativo e saber operativo, entre saber apropriado e saber enunciado, etc.” (*ibidem*).

Saliente-se também que, no seu uso comum, o termo “saberes” pode designar realidades bastante diversas, no que respeita à sua relação com as pessoas. Uma distinção pode ser feita entre saberes enquanto **enunciados** – saberes “objectivados”, uma realidade “exterior aos indivíduos, comunicável e transmissível” (Barbier, 1997: 9), como por exemplo um dado procedimento técnico – e saberes enquanto **componentes identitárias** – saberes “detidos”, uma realidade “indissociável dos agentes individuais e colectivos que são o seu suporte” (*ibidem*), só perceptível a partir de uma prática, de um comportamento, de uma acção, como por exemplo um determinado “saber-fazer”. Na primeira acepção (enunciados), o autor distingue entre saberes de tipo “afirmativo” – (ligados à descrição ou à explicação) e saberes de tipo “operativo” (ligados ao contexto directo da actividade). Na segunda acepção (componentes identitárias), Barbier distingue entre três sub-componentes habitualmente presentes, em graus diversos, quando falamos de saberes, e que de algum modo retomam a articulação entre os domínios da teoria e os da prática: os **conhecimentos** (próximos de saberes “objectivados” que são apropriados mediante um processo de interiorização, pelos indivíduos, de realidades que lhes são exteriores, o que se faz predominantemente através de sistemas de socialização como a escola e o ensino), as **capacidades** (saberes de espectro mais largo que os anteriores, pois integram já elementos de tipo operativo, ligados à actividade concreta, e que se desenvolvem sobretudo através de sistemas de socialização como a formação, o treino, o exercício), e finalmente as **competências** (saberes tipicamente mais ligados à acção, quer do ponto de vista da *performance* realizada, quer do comportamento adoptado, e que se desenvolvem através de sistemas de socialização como os sistemas de trabalho, de formação integrada no trabalho, de investigação-acção, de tutorado, etc.). Assim, quando falamos de saberes, estamos a falar de uma realidade compósita, e socialmente construída, onde se misturam, em diferentes graus, conhecimentos, capacidades e competências.

2.2.2. - Entre “qualificação” e “competência”

O termo **competência** é, de resto, um dos mais insistentemente utilizados – mas nem sempre com os mesmos significados – quando se fala de saberes de acção, ou genericamente de saberes profissionais (de saberes que alicerçam e justificam uma afirmação legítima de profissionalismo), contrapondo-se frequentemente ao termo **qualificação**. Esta nova dicotomia, que pode ser analisada também à luz da evolução histórica das relações de trabalho e dos diferentes modelos da sua regulação social, reenvia igualmente, em alguma medida, para o binómio teoria / prática, mas introduz novas cambiantes que podem esclarecer melhor a sua relação e facilitar a sua superação.

Falar de **qualificação** é, em sentido corrente, falar de uma formação específica e de um conjunto de aptidões juridicamente reconhecidas que conferem o direito de exercer uma determinada actividade. Habitualmente associada a um qualquer tipo de certificação (título, diploma, grau) – e apontando, assim, para a valorização de saberes formais, académicos –, a qualificação costuma funcionar como garante de um certo salário, de um certo posto na hierarquia laboral e de uma certa legitimidade social (Demailly, 1987). O pressuposto é que a posse de um título qualifica o trabalhador, ou seja, funda em sede de direito a adequação das suas capacidades pessoais às exigências de um determinado posto de trabalho. Não é difícil descortinar aqui uma “configuração ideológica”, na medida em que a qualificação parece valer, só por si, como “boa adaptação [do trabalhador] ao posto de trabalho” (*ibid.*: 62) – uma representação que, como se sabe, hoje é considerada tudo menos evidente e que vem sendo claramente posta em questão (em favor do primado da **competência**, ou seja, de uma outra lógica que reenvia – também – para saberes menos formais, para o “não-sei-quê” a mais que torna a qualificação realmente eficiente e que apela a “novas capacidades profissionais, já não regulamentarmente exigíveis, mas socialmente requeridas e institucionalmente valorizadas” (*ibidem*)).

Para além deste seu uso no sentido mais comum, o certo é que o conceito de qualificação (que precede historicamente, em duas ou três décadas, o de competência) tem sido olhado de modos diversos desde a sua origem: refere-se ela ao trabalhador, como sustentaram alguns, ou ao posto de trabalho, como defenderam outros? De acordo com diversos autores (Dubar, 1996; Terssac, 1996; Oiry & D’Iribarne, 2001), estas duas acepções ligam-se, embora de modo não mutuamente exclusivo, aos trabalhos dos dois pioneiros que lançaram e aprofundaram o conceito: de um lado, Georges Friedmann – para quem qualificação se ligava ao posto de trabalho, ou seja, às características mais ou menos objectivas exigidas por uma determinada função na empresa; de outro lado, Pierre Naville

– para quem a qualificação dependia basicamente do homem, ou seja, das qualidades por este detidas (sobretudo em resultado de um processo de formação) para ocupar um determinado posto de trabalho. O enfoque num ou noutro pólo não é sem consequências, pois tanto pode concentrar as atenções apenas nos critérios (supostamente definíveis com objectividade e dissociados do contexto social em que se inserem) ligados à técnica do posto de trabalho como, inversamente, nas pessoas que podem ambicionar ocupar esse posto (e que, para além de uma formação específica, são portadoras de um conjunto de qualidades ligadas a um “ser” e a um “estar” concretos).

Esta dualidade de significados – que foram coexistindo, embora a predominância do primeiro no modelo “taylorista” da divisão do trabalho, bem como nos sistemas de regulação através de contratação colectiva desenvolvidos pelo “estado social” no pós-guerra, tenha progressivamente chamado a atenção para o segundo – entronca numa outra oposição que foi emergindo entre quantos estudavam a questão. De um lado, afirmou-se uma corrente “**substancialista**” ou “essencialista”, empenhada em estabelecer critérios objectivos para a definição de qualificação (seja ela ligada ao indivíduo, seja ela ligada ao posto de trabalho), privilegiando as qualidades “por referência à complexidade do trabalho e em relação com a evolução técnica” (Terssac, 1996: 233); de outro lado, uma corrente “**relativista**” ou “relacionista”, segundo a qual não faz sentido procurar uma definição absoluta de qualificação, pois ela é sempre obrigatoriamente situada – “válida para tal sector ou para tal empresa, em função do lugar de negociação” (Oiry & D’Iribarne, 2001: 52) – e datada – “pode ser revista para dar conta da evolução das necessidades” das diferentes partes (*ibidem*) –, pelo que não esgota o seu significado “no acto de produzir, mas na avaliação social” das qualidades implicadas (Terssac, 1996: 234). Ou seja, a qualificação é um **compromisso social** entre as diversas partes envolvidas, o resultado de ajustamentos e negociações (Paredeise, 1987; 2001), envolvendo o valor de uso e o valor de troca do trabalho, e, nesse sentido, seria mais pertinente estudar as suas formas e evoluções concretas do que a sua suposta essência.

O debate sobre esta diversidade de aceções e abordagens foi reclamando alguma clarificação semântica, tendo havido quem propusesse, nos anos 1970, que se reservasse o termo “qualificação” apenas para as pessoas, para os trabalhadores, e se optasse pelo termo alternativo de “classificação” para os postos de trabalho. Tratava-se de afirmar com mais clareza o compromisso social subjacente ao conceito de qualificação. E se a proposta acabou por não ter, aparentemente, grande sucesso na altura, o certo é que ajudou a fazer germinar um novo termo que queria dizer isto mesmo e que colocava o acento tónico na

“relação social complexa” (Naville, *apud* Dubar, 1996: 181) para que apontava o termo qualificação. E começou, então, a falar-se mais generalizadamente de **competência**.

O uso da qualificação transformou-se em competência. A noção de competência aparece como uma tentativa nova de clarificação de vocabulário para responder à questão inicial: quem é que é qualificado? A partir de agora, a noção de qualificação designa as qualificações adstritas a um posto de trabalho e a de competência designa as qualificações adstritas à pessoa (Oiry & D'Iribarne, 2001: 55).

É nesta perspectiva, aliás, que Dubar (1996) interpreta a designação de “**qualificação social**” proposta por Alain Touraine, quando se refere – no que é considerada uma boa síntese das propostas iniciais, mais diferenciadas, de Friedmann e de Naville – a uma “qualificação de tipo novo”, definida como “um estatuto reconhecido num sistema social de produção” associado a “um potencial de participação na vida técnica dos *ateliers*” (Touraine, *apud* Dubar, 1996: 182). Ou seja, a qualificação assim entendida – como competência – faz apelo não só a qualidades técnicas do trabalhador, mas considera igualmente que “as qualidades gestionárias e relacionais são essenciais”, tratando-se já não só de ter e manter um posto de trabalho, mas de “participar activamente na realização dos objectivos da empresa, validados pela sociedade inteira” (*ibidem*).

O facto de a qualificação assim entendida radicar numa “relação social complexa” põe em questão a perspectiva (tributária das correntes “substancialistas”) de uma “suposta transparência da passagem formação – qualificação – salário” (Dubar, 1987: 5). Muito pelo contrário,

[n]esta espécie de alquimia que transforma as “qualidades” individuais em hierarquias salariais e sociais, não se trata de traduções harmoniosas e consensuais, mas de articulações complexas e (mais ou menos) conflituais (Dubar, 1987: 5).

E são articulações complexas porque, ainda segundo Dubar (*ibidem*), se cruzam simultaneamente com múltiplos domínios: com os sistemas de trabalho / as empresas (qualificação do posto *versus* qualificação do trabalhador), com os sistemas profissionais / as profissões (qualidades pessoais subjectivas *versus* saberes reconhecidos e objectivados), com os processos de socialização / as carreiras (trajectórias biográficas *versus* sistemas de emprego), com o contexto das relações profissionais / o mercado de trabalho (valor de uso *versus* valor de troca da força de trabalho), e com o sistema societal / a nação (contextos educativos, organizacionais e industriais).

Em resumo, podemos constatar que estes dois conceitos (qualificação, primeiro, e competência, mais tarde) foram sendo utilizados, sobretudo ao longo da segunda metade do século XX, com significações diversas, ora claramente afastadas, ora concorrentes, ora

quase sobrepostas, a ponto de haver quem, como Terssac (1996), sugira que “a oposição entre as duas noções não se joga entre elas, mas no interior de cada uma delas” (Terssac, 1996: 233). Nas suas palavras, estão normalmente em causa “duas concepções de qualificação-competência”: uma que “privilegia a dimensão instrumental da qualificação ou da competência, o seu valor funcional”, e outra que “privilegia a dimensão política, o aspecto social e conflitual” (*ibidem*). Nesta última, há “uma vontade de religar o potencial e as relações sociais, as qualidades detidas e a sua avaliação social, as qualidades e a sua hierarquização, a explicitação das competências e o uso desta explicitação” (*ibidem*).

Pela nossa parte, usaremos o termo **competência** nesta segunda acepção – uma espécie de “qualificação reencontrada”, para voltar a Terssac (1996: 231) –, deixando o termo **qualificação** associado sobretudo ao primeiro registo, o da dimensão instrumental e funcional, que reenvia para um conjunto de saberes formais adquiridos num esquema de formação certificada e aplicados na prática do posto de trabalho a que, regulamentarmente, se conquistou o direito de acesso.

2.2.3. - Em favor de uma lógica de competência

A emergência do conceito de **competência** no campo laboral, a partir da década de 1970, está ligada a mudanças no plano socio-económico que apontavam no sentido de uma maior desregulação do mercado, de uma maior flexibilidade das empresas e dos trabalhadores, de uma maior co-responsabilização dos funcionários nos objectivos e resultados das empresas, de uma crescente precariedade do emprego, e também a alterações de índole socio-cultural que chamavam a atenção para a valorização das qualidades pessoais e relacionais de cada um, para a importância do trabalho em equipa, para a responsabilidade individual em contextos de progressiva autonomia de funcionamento, para a mobilidade profissional.

A referência às competências parece ser, assim, face a novas realidades, “uma resposta às insuficiências do sistema de qualificação” (Dugué, 1999: 11), um sistema desenhado e desenvolvido para organizações produtivas estáveis do tipo “taylorista”, que, a partir de um diploma, estabelecia uma correspondência clara e directa entre um “saber-fazer”, um emprego e um salário. Com as novas condições, os próprios modos de prescrição no trabalho evoluem, sendo cada vez mais feito apelo “à mobilização psíquica dos trabalhadores, e já não apenas aos seus conhecimentos”, enquanto, por outro lado, as exigências de flexibilidade levam as empresas a “desligarem a troca salarial de uma

ancoragem rígida a postos de trabalho ou a saberes pré-estabelecidos” (*ibidem*). Como sintetiza Dugué:

Enquanto os diplomas validam saberes, as competências reenviam para uma mistura de saber e de comportamento que dá um lugar preponderante ao “saber-ser” e ao investimento psicológico. Enquanto os diplomas são adquiridos de uma vez para sempre, dando à noção de qualificação uma dimensão estabilizadora, a competência, por definição “inqualificável” (...), é da ordem do conjuntural e não pode ser considerada como um atributo definitivo (Dugué, 1999: 11).

É importante distinguir três tipos de implicações desta “lógica da competência”, conforme elas se associam a uma nova forma de **gestão empresarial** (e especificamente de gestão da mão-de-obra), a um novo tipo de **regulação social do trabalho** ou, finalmente, a um novo entendimento da **profissionalidade**.

Quanto à primeira, parece claro que a “lógica da competência” foi servindo para alterar (para o bem e para o mal) o modo de gestão dos recursos humanos no sentido de uma maior flexibilização – e também de uma maior competição pelo emprego, o que frequentemente é sinónimo de maior precariedade, uma vez que tudo se torna mais instável. Foi-se alterando o sistema hierárquico nas empresas (com um crescente apelo à capacidade de funcionamento autónomo do trabalhador), foi-se alterando o sistema anteriormente rígido e previsível de mobilidade (dissociando, como diz Dugué (*ibid.*: 13), “evolução profissional” de “evolução promocional”), e foi-se também alterando o sistema de reconhecimento, cada vez mais individual do que colectivo, mais associado à *performance* específica do que à categoria profissional ou título ostentado. Simultaneamente, esta lógica passou a dar um relevo suplementar à formação, mas uma formação cada vez mais indissociável do lugar de trabalho ou da prática profissional efectiva, no pressuposto de que “o trabalho é o lugar privilegiado da aquisição das competências” (*ibid.*: 17).

Quanto à segunda, verifica-se que a “lógica da competência” tem servido em alguma medida para pôr em causa, ou pelo menos para desvalorizar, um modelo global de regulação do trabalho (muito tributário do Estado social) que a “lógica da qualificação” assegurava, tendo como elementos-chave a contratação colectiva (que classifica e hierarquiza os postos de trabalho) e o ensino profissional (que classifica e organiza os saberes em torno de diplomas). O acento preferencial no individual e não no colectivo, o apelo constante à flexibilização, as novas possibilidades (ascendentes e descendentes) de mobilidade profissional, a avaliação de qualidades pessoais, comportamentais e relacionais para além das técnicas formalmente prescritas, tudo isso contribuiu para desafiar os modelos tradicionais de negociação e regulação socio-laboral – e, com isso, para pôr em

perigo a “dimensão social” da qualificação, que permitia uma associação “entre o conteúdo de uma actividade e o reconhecimento social dessa actividade” (Roche, 1999b: 46). A tal ponto isto é assim que há quem veja na substituição do conceito de qualificação pelo de competência não só um ‘deslizar’ semântico, mas um ‘deslizar’ ideológico – e nada inocente. Seria, afinal, uma “instrumentalização” da noção de competência, agora “utilizada não como um fim em si, mas como um meio para atingir um fim”:

Os dirigentes de empresa e os consultores que afirmam que a noção de competência é a antítese da qualificação tentam, na realidade, justificar o abandono da relação salarial actual em proveito de uma nova relação salarial que estivesse mais adaptada às ‘novas exigências do mercado’ (Oiry & D’Iribarne, 2001: 56).

Assumindo que “a competência designa a parte individual da qualificação”, mas recordando também, como atrás dissemos, que a história mostrou que “a qualificação individual não pode receber senão uma definição social, ou seja, datada e contextualizada” (*ibid.*: 63), estes autores sustentam que não há nenhuma razão lógica para que também a competência possa “escapar à elaboração de um compromisso social sobre a sua definição” (*ibid.*: 64). De outro modo, sublinham, a suposta demanda de um método científico e objectivo para avaliar (e remunerar em consonância) cada trabalhador segundo as suas competências significaria não uma evolução, mas um “retorno ao ‘taylorismo’ mais duro” e à suas “ilusões primeiras”, ou seja, à “ideia de que o trabalho e a qualificação podem pensar-se de uma maneira científica, excluindo todo o compromisso entre os actores implicados” (*ibidem*). Os autores não concluem pela necessidade de abandonar o modelo da competência em favor do anterior, da qualificação, mas entendem dever deixar-se claro que, embora as “regras do jogo” tenham mudado no campo económico e laboral, o certo é que “o jogo social não desapareceu” (*ibid.*: 64).

Quanto à terceira implicação – a mais pertinente para este trabalho –, deve referir-se que a “lógica da competência” chamou a atenção, no que toca à questão dos saberes profissionais, para aspectos muito importantes até então desconsiderados e que entroncam na linha, atrás enunciada, de um desejável reequacionar da dicotomia entre “saberes teóricos” e “saberes práticos”.

Um dos motivos por que o sistema da qualificação foi sendo criticado ligava-se com o facto de ele “nunca ter resolvido a questão dos saberes adquiridos no próprio trabalho” (Dugué, 1999: 10), pois tendia a fixar rigidamente a relação entre um trabalhador qualificado e o respectivo posto ou função, numa perspectiva estática de simples cumprimento das acções prescritas. Numa lógica de competências, esta é apenas uma das

facetas de um desempenho adequado, pois outras coexistem na acção, seja porque ela mobiliza capacidades para aquém e para além das certificadas em diploma, seja porque na própria acção se pensa, se aprende e se inova. Daí que se tenha vindo progressivamente a associar competências não apenas a um saber prático, um “saber-fazer”, mas a um **saber de acção** – que, além de “saber [conhecer]” e “saber-fazer”, engloba um “saber-que-fazer” e um “saber-ser” –, categoria que nos remete para um plano diferente daquele onde costuma situar-se o binómio teoria/prática.

Competência é, na definição de Reynaud (2001: 9), “uma combinação de conhecimentos, de saber-fazer, de experiência e de comportamentos que se exercem num contexto preciso”. A sua observação e validação está ligada à prática, pois ela só se constata quando é, de facto, posta em acção numa situação profissional – mas, mesmo aí, vai além de uma visão puramente técnica, no que toca à *performance*, ou de uma visão puramente escolar ou intelectual dos conhecimentos necessários. “*Rappelons à nos jeunes que même lorsqu’ils ont tout appris, ils sont loin d’avoir tout compris*”, escreveu Lehmann (1996: 156, realce nosso) em jeito de conselho, depois de lamentar a frequência com que encontrava “jovens engenheiros notavelmente competentes no plano técnico” mas “tão ignorantes quanto aos problemas reais de gestão dos homens e da realidade das tomadas de decisão que lhes incumbem”. E concluía:

Falta-nos uma espécie de *corpus* de ciências da acção, que possa dar uma base mais estruturada à preparação dos jovens para o exercício de responsabilidades e, finalmente, para as realidades da vida” (*ibid.*: 157).

A competência refere-se, assim, a “tudo o que é implicado [*engagé*] na acção organizada” (Terressac, 1996: 235), ideia que põe em relevo um aspecto essencial: o que importa aqui “é a acção e não a resposta a uma tarefa”, o que importa é “a construção do espaço de acção e não a gestão do espaço de acção pré-ordenado” (*ibidem*). Três ideias ajudam a detalhar esta noção de competência:

- a **caracterização** de todas as qualidades (e não só os saberes formais, transmitidos e certificados pela formação) que “são investidos na acção e que desempenham um papel na boa realização da acção: os saberes, as crenças, as representações, as motivações, as culturas, as estratégias de cooperação, as redes de alianças, etc.” (Terressac, 1996: 235). Neste sentido, a noção foca-se claramente no indivíduo e não no posto de trabalho, “para compreender não o que o sistema faz aos indivíduos, mas o que estes fazem daquele” (*ibidem*);

- a **explicitação** daquilo que faz a boa *performance* e o sucesso das acções num contexto organizado, com o pressuposto de que, numa mesma situação, e estando envolvidos indivíduos com a mesma qualificação (diploma), nem sempre o sucesso de uns é o sucesso de outros;
- a **avaliação** daquilo que, fazendo efectivamente a boa *performance* de um indivíduo, “não está codificado de modo pertinente pelos dispositivos de classificação em vigor” (*ibidem*); trata-se, aqui, de focar a atenção mais na trajectória profissional de indivíduos, no seu querer e poder, em detrimento dos “espaços profissionais construídos” (*ibidem*).

Falando de competência, estamos, assim, constantemente a estabelecer uma relação com a experiência, com o trabalho concreto e com a aprendizagem que (também) se realiza nele e através dele. “Reconhece-se que o trabalho é formador” (Terssac, 1996: 236), ultrapassando as dicotomias tradicionais e estabelecendo uma ponte de intermediação entre conhecimentos e acção, entre saberes detidos e contexto, entre saberes utilizados e saberes reconhecidos.

A aprendizagem que se realiza no trabalho ocorre a diversos níveis: começa normalmente pela análise e pela interpretação de uma regra ou procedimento antes adquirido, passa pela sua adequação a um contexto técnico, espacial e temporal específico e relativamente singular, implica uma articulação com outros com quem se partilha colectivamente o trabalho e, enfim, termina com o acrescentar aquela acção e seus ensinamentos a um ‘reportório’ pessoal que permitirá, mais tarde, uma abordagem mais competente de novas acções. Mobiliza, portanto, conhecimentos de tipo muito diverso. Para além do “conhecimento explícito” ou “declarativo” (Pereira, 2005: 142), com uma origem científica e/ou técnica e que tem “preocupações de generalidade, de especialização temática ou problemática, de coerência interna, sistematicidade e validade no desenvolvimento dos argumentos avançados” (Telmo Caria, *apud* Pereira, *ibidem*), há um “conhecimento implícito” (ou “processual”, “intuitivo”, “informal”, “tácito” (*ibidem*)), que é utilizado na acção profissional e que remete tanto para o senso comum como para aspectos organizacionais (rotinas, conhecimento dos estatutos e papéis das pessoas implicadas, relações de poder, etc.), acumulados ao longo do tempo, por via da experiência e da reflexão sobre ela. De tudo isto se compõe a competência, num processo que não significa mera justaposição de saberes, mas o seu relacionamento dialéctico:

A relação entre os saberes detidos e os saberes em acto não é uma relação descendente simples, como se o simples facto de dispor de conhecimentos de um domínio bastasse para resolver os problemas deste domínio; esta relação também não é uma relação ascendente simples, como se bastasse identificar bem o contexto para conseguir o resultado desejado. Pôr os “conhecimentos em acto” e transformar as “acções em conhecimentos” constituem os dois processos que regulam esta passagem do conhecimento à acção e da acção ao conhecimento (Terssac, 1996: 238).

Por muito valorizada que seja no “modelo de competências”, a experiência não é, só por si e automaticamente, uma fonte de saber. Da mesma maneira que sob a capa do “saber prático” se misturam diferentes níveis – desde o nível meramente automático a níveis tipicamente reflexivos –, também no que toca à experiência podemos, conforme os casos, falar de experiência “esclerosante”, “enriquecedora” ou “de tipo científico”, para usar a distinção de Mialaret (1996: 168). A primeira não contém mais do que uma reprodução ou repetição das coisas como elas se apresentaram da primeira vez; na segunda, há já uma “tomada de consciência dos sucessos e dos fracassos” que leva o indivíduo “a pôr-se questões, a repor-se a si próprio em questão, a modificar as suas práticas e os seus modos de relação com o mundo”, num processo que leva ao seu “enriquecimento psicológico” (*ibidem*); mas só a terceira acepção de experiência contribui de facto para gerar saber, pois implica uma reflexão na acção e sobre ela, sendo que os trabalhos de adaptação ao novo contexto e de modificação procuram ser feitos já “segundo modalidades mais objectivas, com uma certa preocupação de controlo objectivo dos efeitos e de avaliação” (*ibidem*). A vantagem deste tipo de experiência é que não só se transforma em conhecimento como permite que este seja transmitido mais facilmente, pois também se esforça por “explicitar os seus critérios de julgamento”. Daqui nasce um “saber praxeológico” (*ibidem*) que, não substituindo ou excluindo o “saber científico”, o complementa e com ele interage.

Estamos, assim, a falar de acção, mas de **acção reflexiva**, aquela que verdadeiramente alicerça os “**saberes de acção**” – um conceito essencial para a construção da competência profissional, tal como aqui a apresentámos –, estudados e caracterizados muito em especial por Donald Schön (1983, 1996), para quem se impõe “uma nova epistemologia da prática” radicada não numa lógica de “racionalidade técnica”, mas de “prática reflexiva”, como bem ilustra o título da sua obra mais conhecida – “*The reflective practitioner – How professionals think in action*” (1983).

2.2.4. - Os “saberes de acção” no cerne do saber profissional

O ponto de partida de Schön é, precisamente, a procura do “saber escondido no agir profissional” (1996: 205), um saber frequentemente muito superior ao que as próprias

pessoas conseguem dizer sobre ele. Este “saber” revela, por um lado, como as situações profissionais concretas mobilizam saberes diversos adquiridos em actividades prévias de formação mas, por outro lado, mostra como o carácter habitualmente singular e único dessas situações, em contextos espaço-temporais e relacionais únicos também, obriga à mobilização de outros saberes ligados tanto à adequada compreensão daquela acção particular (o que nos remete para saberes “de senso comum” ou de “bom senso”¹⁵) como ao acumular de experiências noutras acções concretas, igualmente singulares e únicas, com que já se lidou antes. Como ele próprio escreveu, a acção *inteligente* não é obrigatoriamente definível em termos de acção *intelectual*, nem o “saber-como” [*knowing how*] é necessariamente traduzível em termos de “saber-que” [*knowing that*].

Na sua perspectiva, confrontam-se dois modelos distintos no que tem a ver com a articulação entre teoria e prática: o modelo da **racionalidade técnica** – que tem sido dominante, sobretudo nas profissões *savantes*, e que se associa a uma lógica de **resolução** de problemas [*problem solving*] mediante a aplicação de teorias e técnicas previamente definidas como as adequadas –, e o modelo da **prática reflexiva** – que, pelo contrário, se liga mais a uma lógica de **equação** de problemas [*problem setting*] anterior à sua tentativa de resolução, no pressuposto de que cada situação tem características particulares dificilmente compagináveis com a mera aplicação de soluções pré-formatadas. Trata-se, neste segundo modelo, de ser capaz de “converter uma situação problemática num problema” o que implica um certo trabalho, um trabalho que permita “atribuir sentido a uma situação incerta” (Schön, 1983: 40), um trabalho “sobre a” acção e “na” acção. Até porque a adequada equação do problema pode não conduzir obrigatoriamente a uma solução: ele pode “escapar às categorias da ciência aplicada, porque se apresenta como único ou instável” e, assim, o praticante tem de ser capaz de “relacionar aquelas categorias com as especificidades da situação prática” (*ibid.*: 41).

O modelo da racionalidade técnica radica no que Schön denomina como “epistemologia positivista da prática” e alicerça-se em três dicotomias: tende sempre a separar os **meios** dos **fins**, o **saber** do **fazer** e a **investigação** da **prática**. Em contrapartida,

¹⁵ Schön (1983) dá um exemplo concreto desta espécie de “saber tácito” que é real, efectivo, mas que não se consegue explicar: todos somos capazes de reconhecer uma cara familiar no meio de milhares e milhares de faces semelhantes, mas somos incapazes de dizer porquê, de detalhar os elementos concretos desse reconhecimento. Por outro lado, temos visto por exemplo como a investigação com computadores os torna capazes de incorporar e aplicar informação em quantidades inimagináveis para a mente humana mas, em contrapartida, eles “não conseguem criar nada aproximado ao bom senso de uma criança de cinco anos” (Meditsch, 2002: 13) ou bater a imprevisibilidade criativa de um bom jogador de xadrez.

o modelo da prática reflexiva, inserido na procura de uma nova epistemologia da prática – aquela que está “implícita nos processos artísticos, intuitivos que alguns praticantes [profissionais] trazem para situações de incerteza, instabilidade, singularidade e conflito de valores” (Schön, 1983: 49) – ultrapassa essas dicotomias, mostrando que os fins e os meios se condicionam mutuamente, que também no acto de fazer se revela e desenvolve um saber (pensa-se “sobre aquilo” que se faz, e pensa-se igualmente “naquilo” que se faz enquanto se faz), que a investigação pode nascer da própria prática e ser reclamada por ela. O que nos remete para a acção e para o modo como nos relacionamos com ela.

“No princípio não é o verbo, e ainda menos a teoria. No princípio é a acção”, escreveu Vergnaud (1996: 275), chamando a atenção para a importância primeira da “actividade adaptativa de um ser ao seu ambiente” como caminho de conhecimento. Se este implica um trabalho de representação e de conceptualização, o certo é que “é pela acção que começa o pensamento” (*ibidem*), como demonstraram as investigações no campo da psicologia, sobretudo a partir de Piaget¹⁶. E é neste quadro que Schön desenvolve a sua proposta, chamando a atenção para a acção como, simultaneamente, ponto de chegada de saberes anteriores e ponto de partida para novos saberes – ou “velhos” saberes renovados, actualizados, adaptados à realidade concreta.

Ele constata (e defende) um processo de “reflexão em acção” que se desdobra por três níveis. Há, primeiro, um “**saber-em-acção**” [*knowing-in-action*] que se revela como “aquela espécie de saber inerente à acção inteligente” (Schön, 1983: 50) e que subjaz a uma *performance* competente, mesmo que o seu autor nem sempre seja capaz de o definir, descrever ou explicar, e mesmo que o mobilize de forma espontânea. Há, depois, a “**reflexão-em-acção**” [*reflecting-in-action*], que, ao contrário do anterior, se constata pelo facto de por vezes pensarmos naquilo que estamos fazer – o senso comum reconhece esta categoria do “aprender fazendo” – e que não é apenas pensarmos “acerca do que” estamos a fazer [*on action*], mas um pensar “naquilo” que estamos a fazer, precisamente enquanto o vamos fazendo [*in action*], sendo esta capacidade de reflexão que transforma o “saber-em-acção” em algo mais do que um “saber-fazer”, transforma-o em “conhecimento-em-

¹⁶ É precisamente invocando os trabalhos de psicologia genética desenvolvidos por Piaget e pela sua Escola que Grize (1996: 120) acentua que “o saber não é dado”, que “a criança não o recebe como um alimento acabado” mas, pelo contrário, “elabora-o progressivamente através do exercício das suas acções sobre o mundo” e “sobre os outros”. Assim, sustenta, “os saberes teóricos provêm dos saberes de acção, mediante um duplo procedimento de abstracção, a que parte dos objectos (abstracção simples ou física) e a que se apoia nas próprias acções (abstracção reflexiva [*réfléchissante*])” (*ibid.*: 121). Ou seja: “São os saberes de acção que estão no ponto de partida do conhecimento” (*ibid.*: 120).

acção” (*ibid.*: 59). Há, finalmente, a “**reflexão-na-prática**” [*reflecting-in-practice*], que inscreve o trabalho sobre as acções específicas e pontuais num contexto mais vasto e sistemático do trabalho prático como elemento constitutivo essencial, permanente, de construção de um “saber de acção” que é imprescindível ao “saber profissional”. E é por este caminho que são ultrapassadas as dicotomias atrás referidas:

Quando alguém reflecte-em-acção, torna-se um investigador em contexto prático. Não está dependente de categorias da teoria e da técnica estabelecida, mas constrói uma nova teoria do caso único. A sua pesquisa não está limitada à deliberação acerca dos meios, que dependeria de um acordo prévio quanto aos fins. Ele não trata os meios e os fins separadamente, mas define-os interactivamente quando equaciona uma situação problemática. Ele não separa o pensar do fazer (Schön, 1983: 68)

E é precisamente porque, nesta lógica, cada praticante trata o seu caso como um caso único, que “não pode lidar com ele através da mera aplicação de teorias ou técnicas estandardizadas” (*ibid.*: 129). Mas, mesmo sendo único, cada caso – e cada reflexão *sobre* ele e *nele* – contribui para que o praticante vá acumulando um **reportório** de experiências que será útil para a sua posterior compreensão de novas acções. Também aqui, todavia, o processo não releva propriamente da repetição ou da reprodução automática, requerendo antes uma reflexão sobre a situação concreta que se apresenta:

Quando um praticante atribui sentido a uma situação que ele percepciona como única, ele vê-a *como* alguma coisa já presente no seu reportório. Ver *esta* situação como *aquela* não é subsumir a primeira numa categoria ou regra familiar. É, pelo contrário, ver a situação não familiar e única como simultaneamente semelhante a, e diferente de, uma situação familiar, mesmo sem ser capaz inicialmente de dizer a respeito de que é que ela é semelhante ou diferente (Schön, 1983: 138).

E é esta capacidade que nos habilita a mobilizar a nossa experiência passada para “abordar problemas que não encaixam em regras existentes” (*ibid.*: 139), ou seja, para lidar com o caso único e com as características que habitualmente ostenta: a sua incerteza, a sua instabilidade, a sua singularidade, o conflito de valores que pode indiciar (Schön, 1996: 203). E a reflexão-em-acção num caso único pode, depois, ser transferida para outros casos, “não por dar origem a princípios gerais, mas por contribuir para o reportório de temas exemplares a partir dos quais, em casos subsequentes da sua prática, ele pode compor novas variações” (Schön, 1983: 141)¹⁷.

¹⁷ A “reprodução” de abordagens ou de soluções aqui indicada decorre de um processo específico de generalização que Schön (1996: 218-219) designa como de “*transfert reflexivo*”, pois não passa pela formulação de uma nova “lei geral”, mas pelo desenvolvimento de um conjunto de princípios semelhantes, “cada um adaptado a uma situação particular na qual é testado”. Este “*transfert*” é por ele considerado muito importante para a difusão das inovações, mais uma vez mediante um mecanismo que não é de mera reprodução generalizadora: “A difusão de uma abordagem inovadora de uma situação problemática não é a reprodução, mas a *re-invenção*, da prática original” (*ibidem*).

Neste sentido, estamos perante uma abordagem especialmente adequada para a “gestão da complexidade” (Lehmann, 1996: 154) tão associada ao saber profissional, sendo certo que o “saber de acção” é, ele próprio, “intrinsecamente complexo” (*ibid.*: 151). E parece particularmente necessário àquelas profissões com uma forte componente relacional e com um corpo de conhecimentos técnico-formais menos codificado em termos disciplinares – como o jornalismo –, mas que nem por isso podem ou devem passar ao lado de um “modelo da competência” tal como atrás caracterizado.

O próprio Schön admite que a reflexão-em-acção é “um processo extraordinário”, embora “não um evento raro”, constituindo até, para muitos praticantes reflexivos [*reflexive practitioners*], “o cerne da prática” (Schön, 1983: 69). Não obstante, constata o que parece bastante evidente: que o profissionalismo continua ainda predominantemente identificado com a *expertise* técnica e, por isso, a reflexão-em-acção não é geralmente aceite – mesmo pelos que a praticam, e que frequentemente não a valorizam, pelo facto de não conseguirem explicar ou justificar ‘cientificamente’ a sua qualidade – como uma “forma legítima de saber profissional” (*ibidem*).

A abordagem tradicional desta questão costuma ficar prisioneira do chamado “**dilema do rigor ou da pertinência**” (Schön, 1996: 201). O rigor anda tradicionalmente associado ao modelo da racionalidade técnica, que influenciou as nossas opiniões sobre a actividade profissional, bem como sobre as relações institucionais entre a investigação, a formação e a prática profissional. A esta prática das ‘terras altas’ contrapõe-se uma outra, a das ‘terras baixas’, a de acções concretas que escapam a classificações estandardizadas mas são pertinentes e reclamam respostas específicas, mesmo que não enquadráveis nas teorias e nas técnicas pré-definidas – e, por isso, frequentemente abordadas com recurso a outras ferramentas, tanto cognitivas como sócio-afectivas, nem sempre explicitadas ou explicitáveis, e supostamente resistentes a qualquer caracterização científica. Daí o dilema do praticante profissional: na esteira de uma epistemologia positivista que supõe um modelo de racionalidade técnica, ele vê que a sua definição de “saber profissional rigoroso” exclui fenómenos que, não obstante, foi descobrindo como fazendo parte do núcleo central da sua prática (e que são, portanto, pertinentes); ao mesmo tempo, vê também que a arte requerida para lidar adequadamente com esses fenómenos (e que pode passar por “inventar uma nova forma de perceber um caso singular”, por “encontrar um modo sensato e engenhoso para ultrapassar um dado conflito” (*ibid.*: 205)) é uma arte que, aparentemente, nada tem a ver com o rigor de um saber profissional, nos moldes em que se habituou (e outros com ele) a considerá-lo.

Se o dilema – exacerbado por um frequente afastamento entre os mundos da investigação e da prática – não pode encontrar uma resposta a partir do “modelo da ciência aplicada”, tanto pior para o modelo, diz Schön (*ibid.*: 205). E propõe, então, essa nova “epistemologia do agir profissional” que se alicerça na reflexão-em-acção e que pode/deve propiciar também a emergência de “investigadores reflexivos em situações de incerteza, instabilidade, singularidade e conflito” (Schön, 1996: 211):

O dilema do rigor ou pertinência pode ser superado se conseguirmos desenvolver uma epistemologia da prática que coloque a resolução técnica de problemas num contexto mais largo de pesquisa reflexiva, que mostre como a reflexão-em-acção pode também ser rigorosa por direito próprio, no seu modo específico, e que ligue a arte da prática em situações de incerteza e de singularidade à arte de investigação do cientista (Schön, 1983: 69).

2.2.5. - Uma nova atenção ao cliente

Um último ponto – importante em profissões como o jornalismo – decorre da proposta de Schön: pressupondo que uma profissão tem como um dos mais destacados elementos legitimadores a reivindicação de prestação de um serviço socialmente relevante, a relação entre o profissional e o cliente é essencial. Ora, se a acção profissional se resume à competente aplicação técnica de determinados princípios ou soluções pré-determinadas, o cliente não só não é levado em conta na sua especificidade como, além disso, não tem possibilidades ou meios de avaliar – logo, de responsabilizar – o prestador do serviço, ‘protegido’ que este está pelo domínio quase sagrado de um saber altamente especializado, esotérico, inacessível aos leigos e só controlável pelos pares. É daqui que nasce uma incontornável necessidade de mecanismos e processos de auto-regulação, mas é por aqui também que podem ser inviabilizados outros mecanismos ou possibilidades de hetero-regulação e de co-regulação, com o que isso significa de tendencial impunidade – uma ideia que, nas últimas décadas, tem contribuído para descredibilizar e desprestigiar as organizações de tipo profissional, tentadas por derivas corporativas.

Em contrapartida, se a acção profissional se baseia – como preconiza Schön – não numa inquestionável *expertise* científica e técnica, teórica e aplicada, mas, sobretudo, na capacidade de o profissional estabelecer uma “conversação reflexiva” com a situação prática concreta que se lhe depara, os termos do seu **contrato** com o *cliente* alteram-se, e este passa a ser também *sujeito* no processo:

Aqui, o profissional reconhece que a sua *expertise* técnica está incorporada [*embedded*] num contexto de significados. Ele atribui aos seus clientes, tal como a si próprio, capacidade para significar, saber e planear. Ele reconhece que as suas acções podem ter para o seu cliente significados diferentes daqueles que ele lhes pretendia atribuir, e portanto sente-se no dever de descobrir quais são eles. Ele reconhece a obrigação de tornar os seus próprios entendimentos

acessíveis ao cliente, o que implica que ele tenha frequentemente de reflectir de novo sobre o que ele próprio sabe (...). O praticante reflexivo tenta descobrir os limites da sua *expertise* através de uma conversação reflexiva com o cliente (Schön, 1983: 295-6).

Esta postura tem consequências importantes, quer para o modo como o profissional entende e exerce a sua autoridade, quer para o modo como se dispõe ao escrutínio dos próprios clientes. Já não se fecha no castelo de uma *expertise* privada e misteriosa mas, pelo contrário, “reflecte publicamente sobre o seu saber-em-prática”, admite as suas dúvidas e incertezas face à situação concreta, dispõe-se a ser “confrontável pelos clientes” (*ibid.*: 299) – o que significa também responsabilizável, *accountable*. E tal atitude tem repercussões ainda no modo como o profissional se encara a si próprio e às fontes da sua satisfação: valoriza a importância da descoberta na acção concreta, empenha-se num processo contínuo de auto-formação e não teme reconhecer ou admitir o erro, pois este passa a ser encarado como uma fonte potencial de novas descobertas, mais do que como motivo para reacções de auto-defesa. Há, assim, uma marcante alteração na relação contratual entre profissional e cliente, que tem a ver com os **saberes** mas, sobretudo, com os **comportamentos** e com a **atitude ética** que, como vimos atrás, é um elemento constitutivo essencial do modelo de competência desejavelmente associado ao profissionalismo.

2.2.6. - A alternativa da “prática reflexiva”

Em resumo, a proposta de “prática reflexiva” de Schön surge como uma estimulante alternativa à tradicional “epistemologia positivista” da prática, assumindo-se, nas suas próprias palavras, como uma “**epistemologia do agir profissional**” (1996: 205) que apresenta um conjunto de vantagens:

- possibilita a mobilização, integração e valorização de um conjunto vasto de “saberes”, agora menos hierarquizados ou espartilhados em dicotomias (teoria/prática, pensar/fazer) redutoras, tanto em termos individuais como sociais;
- acentua o carácter dinâmico das competências profissionais, que vão sendo construídas, tanto pessoal como colectivamente, em múltiplos contextos de aprendizagem, de formação e de interacção;
- estabelece uma parceria entre investigação e prática que supera a distância entre concepção e execução (e, mais uma vez, entre teoria e prática) fazendo de cada praticante também um investigador em situações de acção;

- aponta para novas orientações do ensino e da formação dos profissionais, chamando a atenção para a importância da aprendizagem em contextos de responsabilidade que favoreçam o desenvolvimento da capacidade de tomar decisões de modo autónomo em situações reais¹⁸;
- situa em novos moldes a relação contratual entre o profissional e o(s) cliente(s) do serviço que presta, obrigando aquele a estabelecer com este(s) uma conversação reflexiva e uma interacção que adapte saberes prévios à sua inserção concreta – e que proporcione uma maior responsabilização pela acção;
- releva a importância de comportamentos e atitudes do profissional, para além de conhecimentos científicos e técnicos especializados, ou da capacidade da sua aplicação;
- e, *last but not least*, ajuda a recolocar as profissões num lugar mais adequado no todo social, fazendo dos profissionais “nem uma heróica vanguarda do Progresso Tecnológico, nem uma elite vilã que impede as pessoas de terem controlo sobre as suas vidas”, mas, pelo contrário, “participantes de uma conversação societal mais larga” (Schön, 1983: 346). Cumprindo bem este seu papel, que faz de todos nós “simultaneamente sujeitos e objectos da acção”, os profissionais ajudam a que essa conversação se torne ela própria reflexiva, ou seja, torna-os “agentes de uma conversação reflexiva da sociedade com a sua situação” (*ibid.*: 353), com o potencial de transformação que isso significa.

É neste pano de fundo que situamos o “modelo da competência” (por contraposição ao “modelo da qualificação”) como desafio, simultaneamente exigente e estimulante, ao trabalho profissional – ao trabalho dos profissionais. As competências podem ser medidas e avaliadas em diferentes dimensões (Heijden & Barbier, 1999): uma dimensão **de conhecimento** (que contém “saber declarativo” mas também “saber operativo” e “saber condicional”, ligado a um espaço e tempo concretos), uma dimensão **meta-cognitiva** (que

¹⁸ Decomps & Malglaive (1996) falam, a este propósito, da “universidade profissional” como “universidade de responsabilidade” e de como, para assegurar eficácia profissional, ela deve acrescentar o “saber prático” aos conhecimentos teóricos, tecnológicos e metodológicos que oferece, entendendo aquele como o verdadeiramente capaz de transformar saber “livresco” em saber “operatório”. Mas tem que fazê-lo, de algum modo, num contexto de efectiva “responsabilidade”, e não de simples simulação do real, pois só assim pode também actuar ao nível do “saber-como-fazer” e dos “comportamentos”. O que, em sua opinião, implica obrigatoriamente o estabelecimento de parcerias continuadas com o mundo do trabalho e das empresas, aliadas a esquemas de tutorado num campo e noutro.

implica saber o que se sabe e o que não se sabe), uma dimensão de **aptidão** (ligada à qualidade efectiva do trabalho realizado), uma dimensão de **desenvolvimento** (que aponta para a capacidade de alargar os campos de competência, contrariando os riscos de obsolescência e tornando a *expertise* cada vez mais uma “*flexpertise*”¹⁹) e uma dimensão **social** (que poderíamos associar à “conversação reflexiva” de Schön e que, a jusante, é também fonte de reconhecimento profissional).

Esta questão do **reconhecimento** merece ser sublinhada, na medida em que o trabalho tem “um papel estruturante na construção das identidades” (Terssac, 1996: 245) e a competência, ao desempenhar um papel de intermediário entre os “saberes mobilizados” e os “saberes reconhecidos” (*ibid.*: 243) – como, de resto, um papel de intermediário entre conhecimento e acção, e entre saberes detidos e saberes operacionalizados –, contribui para que o indivíduo se “reconheça” e se veja “reconhecido”. “A acção não está voltada apenas para a produção, mas para o reconhecimento de todos os saberes mobilizados”, diz Terssac (*ibid.*: 245), indicando aqui uma das funções essenciais do trabalho, ou seja, “a socialização profissional pela qual os indivíduos elaboram uma variedade de referenciais identitários” (*ibidem*).

Pensando a identidade também como “um produto de sucessivas socializações” (Dubar, 1997: 13), parece evidente a importância crescente da dimensão profissional no processo de construção identitária. Neste contexto pode inscrever-se a ideia de que, ao ultrapassar a separação entre actividade formal e actividade real, o modelo de competência chama a atenção para “a implicação subjectiva do sujeito no conhecimento”, para a ideia de que “o sujeito habita o seu domínio de conhecimento, sejam quais forem os modos de organização do trabalho” (Roche, 1999b: 49), o que supõe uma nova lógica:

Ao passar do conceito de qualificação experimental para o conceito de competência, o indivíduo evolui de uma lógica do *ter* (ter uma qualificação, ter conhecimentos) para uma lógica do *ser* (ser competente, ser qualificado). (...) Passando de uma lógica do ter a uma lógica do ser, o indivíduo evolui de uma lógica de certeza a uma lógica de incerteza, de uma lógica de estabilidade a uma lógica de instabilidade, de uma lógica de permanência a uma lógica de transformação. (...) Esta lógica do ser impõe uma dinâmica, uma atitude de adaptação permanente, uma visão da transformação, ausente da concepção da qualificação e da certificação (Roche, 1999b: 50).

¹⁹ Heijden & Barbier definem esta “*flexpertise*” como “capacidade de manter um bom nível de competência em condições evolutivas e situações diferentes”, o que pressupõe uma valorização da competência “adaptativa” face a uma competência “rotineira” e, por outro lado, o bom domínio de uma “estratégia de aprendizagem” contínua que desenvolva as exigências (hoje crescentes) de flexibilidade no trabalho (Heijden & Barbier, 1999: 134).

Poderá argumentar-se que também num modelo de qualificação o exercício profissional não tem necessariamente de resumir-se a uma lógica de “racionalidade técnica” e, pelo contrário, pode fazer apelo na prática a outras qualidades. O certo é que foi quando (e porque) começou a falar-se de competências, neste sentido lato, que se chamou a atenção para a importância destas “novas capacidades” exigidas, capacidades do foro socio-afectivo e já não só do foro cognitivo. E são capacidades que, mais do que para uma “**requalificação**”, apontam para uma “**reprofissionalização**”, como refere Demailly (1987: 63). O que é novo nesta abordagem é que as novas qualidades requeridas por este modelo de competência – qualidades relacionais, organizacionais e éticas – já não são entendidas, como no passado da prática profissional, como um mero “suplemento de alma” que melhoraria possivelmente a *performance* individual de um jeito voluntarista, mas como “uma necessidade vital” (*ibid.*: 67) ligada à própria construção e afirmação profissional, ou seja, “um elemento da profissionalidade” (*ibidem*). Novo é também que essas qualidades, antes apontadas apenas como “características naturais” decorrentes de supostos “dons” pessoais, são agora percebidas como “capacidades colectivas, para cujo desenvolvimento as instituições podem incitar e formar os seus agentes” (*ibidem*). E estes dois vectores fazem a diferença.

2.2.7. - A emergência do paradigma noticioso

Importa ver, agora, como tudo isto se aplica ao caso específico do jornalismo e como pode ajudar-nos a situar as suas especificidades no processo de construção e afirmação, que ainda hoje prossegue, de uma identidade profissional.

A importância da “prática reflexiva” e dos “saberes de acção” foi sempre mais notória em certo tipo de profissões menos propensas a (ou capazes de) estabelecer um corpo sistemático e científico de conhecimentos teóricos como base fundadora e legitimadora. Já atrás falámos nesta distinção estabelecida por diversos autores, a partir dos atributos ou traços supostamente típicos de uma profissão estabelecida, entre “profissões” e “semi-profissões” ou “quase-profissões”, como falámos também da distinção, que outros preferem, entre profissões “descritivas” e profissões “prescritivas”, umas mais ligadas a “factos” e outras mais a “valores” (Halliday, *apud* MacDonald, 1999), umas com uma forte componente de “tecnicidade” e outras, ao contrário, com uma

margem larga de “indeterminação”²⁰. O jornalismo parece um exemplo da segunda categoria, pois durante muito tempo viveu e desenvolveu-se exclusivamente como uma actividade prática, que se aprendia e transmitia na prática e pela prática, e para a qual não eram exigidos à partida – até porque não estavam codificados – quaisquer conhecimentos específicos, para além de algum domínio das artes de escrita (tantas vezes associadas a um talento ou “jeito” pessoal, como o dos romancistas ou dos poetas) e de uns medianos “bom senso e bom gosto”. Mais do que não serem exigidos, eram até recusados por boa parte dos praticantes, partidários de uma “profissionalidade de tipo empírico” mais próxima das artes, e não de uma particular exigência científica ou técnica.

O problema é que, quando a actividade jornalística se expandiu e industrializou – o que corresponde à fase do “jornalismo de informação” –, as práticas individuais de feição artesanal foram-se revelando progressivamente insuficientes para responder às necessidades de concepção, produção e distribuição de um **produto** de consumo num **mercado** crescentemente massificado (que era também disso que agora se tratava), com as inerentes exigências de standardização, de rotinização e de rapidez que permitissem assegurar uma **oferta** estabilizada (na forma, no conteúdo, no espaço e no tempo) susceptível de alimentar e potenciar a **procura**. Simultaneamente, com a formação de um verdadeiro mercado de trabalho – que fez com que, ao contrário das épocas precedentes, o jornalismo passasse a ser para muitas pessoas uma ocupação de tipo claramente profissional –, impôs-se a necessidade de legitimar e valorizar a actividade, quer no plano laboral, quer no plano jurídico, quer no plano social. E um dos óbices fundamentais a esse desiderato era, precisamente, o facto de o seu **ofício** não ser associado a qualquer tipo de saber específico, minimamente sistematizado e disciplinarmente codificado (condição julgada essencial para a sua transmissão em contextos institucionais de formação), mas se ficar pela tal **arte** acessível a qualquer um que, com talento, intuição e alguma capacidade de aprender a partir da observação dos colegas de trabalho, no próprio trabalho, tivesse entretanto conseguido franquear as portas de uma empresa jornalística. Uma “arte” pouco valorizada e, para usar os termos anteriores, pouco ou nada qualificada – sendo certo que,

²⁰ Schön (1983: 23) também se refere a esta distinção, agora em termos de profissões “major” (ou “near-major”) e “minor”. Caracteriza as primeiras por serem “disciplinadas por uma finalidade não ambígua” e por “operarem em contextos institucionais estáveis”, estando alicerçadas em conhecimento sistemático de tipo científico; exemplos seriam medicina, advocacia, engenharia. Quanto às segundas – as ligadas por exemplo a trabalho social e educativo (as chamadas profissões “caring”, entre outras) – teriam, pelo contrário, finalidades mais ambíguas e contextos institucionais mais instáveis porque associados essencialmente à prática (e, por esse motivo, supostamente incapazes de desenvolver uma base de conhecimento profissional científico, formal, sistematizado).

à época, um modelo de competências alicerçadas apenas em “saberes de acção” não podia justificar aspirações a um estatuto de **profissão**, ficando-se pela mera **ocupação**.

Os praticantes do jornalismo, progressivamente organizados em associações, trataram então, no âmbito de uma assumida estratégia profissional, de dar corpo a alguns saberes específicos que entretanto se foram estruturando e desenvolvendo, e simultaneamente de lhes conceder alguma dignidade (mesmo sem fazer deles pré-requisito obrigatório) no contexto das instituições reconhecidas de formação, até chegar às universidades: tratava-se assumidamente de “elevar o jornalismo à categoria de profissão culta [*learned profession*]”, como explicitou Joseph Pulitzer em 1904, ao anunciar o seu desejo de patrocinar uma pioneira escola de jornalismo na Universidade de Columbia, nos EUA (Pulitzer, *apud* Schudson, 2001: 163).

Já vimos como todo este processo foi (e ainda é, porque não terminou) lento, muito diferentemente partilhado pelas várias sensibilidades que se misturavam no seio do grupo profissional e eivado de contradições, de ambiguidades, de avanços e recuos. Mas era o que poderemos definir como um trabalho na “lógica da qualificação”, prosseguido tanto no plano material, das leis e das regras, como no plano simbólico, da representação e do discurso, e destinado a legitimar o domínio, em regime de tendencial monopólio – decorrente da **licença** outorgada pelo Estado e do **mandato** que se oferecia como contrapartida –, de um segmento fechado do mercado de trabalho. Para o que, naturalmente, era fundamental estabelecer a linha de fronteira entre os praticantes “legítimos” e os “intrusos”, sendo os primeiros qualificados para a função e os segundos meros amadores ou diletantes. Já vimos também como o trabalho de qualificação se desenrolou, nos primeiros momentos, mais nas esferas socio-económica e jurídico-legal, e não tanto na esfera científica ou técnica, na área dos “saber” e “saber-fazer” específicos, cuja simples definição era complicada e quase sempre se encerrava em raciocínios tautológicos. Mas acabou por se tocar também aqui.

Entre o último quartel do século XIX e as duas primeiras décadas do século XX, foi ganhando corpo, no jornalismo americano (embora com posterior alargamento ao jornalismo europeu e, globalmente, a todo o moderno jornalismo tal como nos habituámos a identificá-lo), um modelo de pesquisa, tratamento e apresentação da informação que de algum modo sistematizava numa lógica disciplinar os “saber”, “saber-que-fazer” e “saber-

fazer” específicos da profissão emergente. É aquilo a que se chama **paradigma noticioso** [*news paradigm*]²¹ e que, de acordo com Høyer (2005), pode definir-se assim:

Para escrever uma história, os jornalistas seguem uma sequência de decisões usando vários critérios para a selecção de eventos, regras e métodos para estabelecer os factos necessários enquanto matéria-prima para a sua história, bem como aplicando certas estratégias para a sua apresentação. É importante para os jornalistas ver os eventos que seleccionaram aceites como ‘notícia’ tanto pelos seus colegas como pelo público, por exemplo mediante a atribuição das informações a especialistas e das opiniões a importantes *decision-makers*. Finalmente, o jornalista deve seguir certas regras de composição quando escreve a sua história, o que permite que o público a reconheça como notícia [*news*] (Høyer, 2005: 10).

Sistematizando este conjunto, Høyer (*ibidem*) propõe a ‘arrumação’ do paradigma noticioso em cinco elementos básicos:

- o **evento** – um acontecimento da actualidade, e da actualidade mais próxima no espaço e no tempo, como ponto de partida de um texto noticioso;
- os **critérios de noticiabilidade** – um conjunto de factores genéricos que fazem com que certo acontecimento “seja” notícia (nem todos os critérios são exactamente iguais em todos os contextos, acrescentando-se aos mais genéricos, como proximidade ou actualidade, os específicos de certas comunidades profissionais ou certos projectos editoriais);
- a **entrevista** – aqui entendida não como um género jornalístico específico (que também é), mas como o método prioritário de recolha e de cruzamento de informações a partir de fontes diversas, as quais constituem o verdadeiro material de trabalho do jornalista;
- a **“pirâmide invertida”** – uma estrutura narrativa própria para o texto noticioso, que, ao contrário das histórias tradicionais e do modo de as contar, se desenvolve começando logo no mais importante (devendo no seu início – o *lead* – responder às perguntas básicas do *who*, *what*, *when*, *where*, *why*) e seguindo para o menos importante, numa lógica descendente em cascata;
- a **objectividade jornalística** (o “elemento central” do paradigma) – uma ideia de rigor, equilíbrio, distanciamento e neutralidade do jornalista face à sua história, traduzida em regras de comportamento profissional (recolha de

²¹ O termo “paradigma” é aqui utilizado, segundo explicam os autores, e mais especificamente Høyer (2005: 10), na acepção que lhe foi originalmente dada por Thomas Kuhn, a quem se deve a introdução do conceito em 1962 (na obra *The Structure of Scientific Revolutions*), ou seja: um conjunto de crenças, valores e técnicas reconhecidos e partilhados pelos membros de um dado grupo da comunidade científica, referido “à natureza das coisas e suas propriedades básicas”.

múltiplos pontos de vista) e em dispositivos narrativos próprios (citações de terceiros, apresentação cruzada de argumentos contrastantes, atribuição de informação a fontes).

É este corpo básico de saberes e comportamentos partilhados que vai emergindo do grupo profissional dos jornalistas e, simultaneamente, ajudando a constituí-lo enquanto grupo profissional autónomo, reconhecido na especificidade do seu labor²². E, com isso, o próprio jornalismo vai também tentando afirmar-se enquanto disciplina particular na abordagem informativa da actualidade. Deste paradigma decorrem, entretanto, como já vimos no capítulo anterior, novos géneros jornalísticos (a própria **entrevista** como género específico, para além de instrumento de trabalho na pesquisa informativa; a **reportagem** como forma de apresentação mais viva e colorida dos eventos da actualidade) e novos perfis profissionais com uma forte carga simbólica e até mítica, como é, mais do que todos, o caso do **repórter**.

O surgimento e a construção progressiva do paradigma noticioso – de que constitui elemento nuclear e englobante a postura de objectividade – não se devem apenas aos esforços do grupo profissional nascente para criar um corpo mais ou menos sistemático de doutrina, de saber (explicitável e transmissível) e de modos de fazer que erigisse o jornalismo em disciplina acreditada, autónoma e, por assim dizer, cientificamente legitimada. Há um conjunto de causas exteriores, ligadas à situação histórica específica que se vivia entre finais do século XIX e inícios do século XX, que se juntam a outras causas internas ao próprio grupo profissional, e que ajudam a melhor compreender a questão. Stensaas (2005) sintetiza-as em seis domínios (os quatro primeiros sobretudo “exógenos” e os dois últimos essencialmente “endógenos”):

- **A evolução tecnológica** – O desenvolvimento do telégrafo facilitou a rápida transmissão de informações e deu uma grande importância às agências noticiosas,

²² Recorde-se que, num artigo muito citado, Chalaby (1996/2003) identifica a criação deste “paradigma noticioso”, nos EUA, nos finais do século XIX, com a efectiva invenção do jornalismo – uma invenção anglo-americana, sustenta. A sua tese é de que o jornalismo ‘nasceu’ precisamente quando “o discurso jornalístico se tornou um género distinto de texto”, com “as suas próprias *normas e valores discursivos*” (como a objectividade e a neutralidade), e quando “o modo de escrita jornalística passou a caracterizar-se por *estratégias discursivas e práticas* que não são de natureza literária nem política” (Chalaby, 2003: 30, realces do autor). Acresce que o surgimento desse “*fenómeno discursivo*” não foi universal, tendo nascido nos EUA, com algumas influências inglesas, e só posteriormente sido ‘exportado’, a tal ponto que o autor considera que a difusão de tais práticas em França “pode ser vista como constituindo a primeira manifestação da hegemonia da cultura anglo-americana no mundo” (*ibid.*: 48).

que distribuíam o seu serviço pelos mais variados jornais e, por isso, era expectável que o fizessem do modo o mais neutro e objectivo possível, para que cada qual o utilizasse a seu modo. Essa prática acabou também por ‘contagiar’ de algum modo os novos profissionais, que foram encontrando ali um estilo de recolha e apresentação de notícias especialmente rápido, eficaz e estandardizado – além de novo e específico do *métier*.

- **As motivações económicas** – O desenvolvimento de uma imprensa de massas, com esquemas e propósitos comerciais (quer pelo alargamento de tiragens e vendas, quer pelo aumento da publicidade enquanto fonte de receita prioritária), implicava uma informação não politizada ou partidarizada que, além do mais, se pudesse ler depressa, logo a um primeiro olhar, nos novos cenários urbanos (de onde também o *lead* e a “pirâmide invertida”). Por outro lado, a ‘normalização’ de uma força de trabalho crescente nesta indústria favorecia o surgimento de esquemas de produção ágeis, rápidos e facilmente controláveis pela hierarquia, o que ajuda a perceber que a objectividade no reporte “representava um modo mais barato de coligir e transmitir notícias” (Stensaas, 2005: 44).
- **A ascensão da ciência** – A decidida valorização, nesta época histórica, do método científico baseado na observação e no relato objectivo como modo de compreender e explicar o mundo – não só já nas ciências naturais, mas nas ciências sociais – terá influenciado também o universo da produção e difusão de informação sobre a actualidade e a realidade que envolvia as pessoas. O trabalho de coligir dados factuais de modo imparcial e distanciado aproxima a objectividade noticiosa do método científico, sem prejuízo de se considerar igualmente que, ao contrário deste, aquela não chega à fase de retirar conclusões a partir dos elementos recolhidos, preferindo (o que é uma especificidade ligada ao seu exercício profissional próprio) deixá-las à interpretação e à vontade do leitor.
- **A tendência de “secularização”** – Considerado por Stensaas (2005) porventura a mais funda (embora indirecta e mediata) contextualização cultural da afirmação do paradigma noticioso sintetizado na objectividade, esta tendência tem a ver genericamente com a afirmação da modernidade e com uma mudança de enfoque “de valores para não-valores neutrais” (*ibid.*: 46), para um maior relativismo no

que respeita ao próprio conceito de **verdade**²³: “Se o jornalista lida com a verdade e a verdade é relativa, dependendo do receptor, então a única saída é apresentar ‘dados livres de juízos de valor’ para que o receptor possa moldar a sua própria ‘verdade’ a partir dos ‘factos’”(ibidem). O ambiente geral favorável à mudança de uma visão que reconhecia autoridade ao “conhecimento revelado” da religião para uma outra que defendia a autoridade do “conhecimento objectivo” da ciência teria, assim, contribuído para o desenho do paradigma noticioso, como aliás contribuiu para as novas correntes artísticas ligadas ao Realismo e ao Naturalismo – com uma tradução muito forte na literatura, que não deixou certamente de tocar as artes da pesquisa e da escrita jornalísticas, desde a notícia à entrevista e à reportagem. Como diz ainda Steensaas (ibid.: 49), “o paradigma noticioso emergiu e desenvolveu-se numa cultura que estava a ser redesenhada em todos os domínios pelos avanços e alterações na ciência, na tecnologia, na industrialização, na educação, na religião, e numa série de outras actividades humanas”.

- **Os desafios da propaganda** – Já num plano mais interno ao grupo profissional dos jornalistas e às suas necessidades de demarcação face a práticas próximas das suas ou susceptíveis de as perverterem e desacreditarem, deve referir-se (como vimos no capítulo anterior, sobretudo a partir dos contributos de Schudson (1978; 2001)) a enorme explosão – em especial nos EUA – das actividades de “relações públicas” na gestão da informação de instituições, empresas e personalidades públicas, a que se somou o impacto da propaganda ‘descoberto’ de modo dramático com a 1ª Guerra Mundial (1914-18). Esta proliferação de “persuasores profissionais” (Stensaas, 2005: 43) contribuiu para gerar uma espécie de resposta defensiva da actividade jornalística, empenhada em não se confundir com as práticas daqueles – o que ajudou à assunção da doutrina da objectividade mas, mais do que isso, ao seu posterior aprofundamento, já não em termos de mera profissão de fé nos “factos” puros e simples, mas sobretudo numa atitude e numa exigência éticas de

²³ A este propósito, registe-se, de passagem, a distinção feita por Lippmann em 1922, no seu celebrado “*The Public Opinion*”, entre “verdade” e “notícias” [*news*], segundo a qual estas “assinalam um evento”, enquanto aquela “traz à luz factos escondidos e coloca-os em relação uns com os outros” (apud Stensaas, 2005: 39). De resto, vimos no capítulo anterior como o trabalho de Lippmann foi e é muito importante não só na reflexão sobre a emergência da doutrina da objectividade, mas também no alerta para as suas eventuais insuficiências ou potenciais perversões.

empenhada procura da verdade, mesmo quando “escondida pelos factos”. Porque disso trata também a objectividade, e não apenas de técnicas de reporte.

- **O apelo do profissionalismo** – Também a nível interno ao grupo dos jornalistas, parece claro que a aposta crescente na definição e elaboração do paradigma noticioso entroncou (em parte como causa, em parte como consequência) no seu trabalho de afirmação de uma profissão autónoma, reconhecida e legitimada. O paradigma funcionava, de algum modo, como seu adequado modelo profissional (Janowitz, 1975), sobretudo na medida em que, para além de um conjunto de procedimentos ‘técnicos’ específicos da actividade noticiosa, ele estabelecia claramente uma responsabilidade dos profissionais na selecção dos eventos a noticiar – a célebre função de *gatekeeper* glosada por Janowitz (*ibidem*) e inicialmente proposta por David Manning White, nos anos 1950 – e na selecção dos elementos a incluir ou não, a valorizar mais ou menos, no próprio corpo do texto. A “pirâmide invertida” e o *lead* são muito mais do que uma mera técnica narrativa: puxar para o início do texto o elemento mais importante da notícia implica a escolha prévia (e o inerente risco) desse elemento particular em detrimento de outros, o que é um trabalho tudo menos automático, tudo menos mecânico, tudo menos rotineiro: como nota Traquina (2002: 72), “[é] precisamente com o estabelecimento do *lead* como convenção que podemos identificar a crescente afirmação de uma autoridade profissional” por parte dos jornalistas, e “com a pirâmide invertida, os jornalistas tomaram progressivamente como sua prerrogativa afirmar algo sobre o mais vasto sentido político da mensagem”. O apelo do profissionalismo encontrou aqui um terreno fértil para se consolidar, e o jornalismo moderno, tal como nos fomos habituando a defini-lo, passou a estar indissociavelmente ligado ao “reporte objectivo” da actualidade nestes termos – mesmo com múltiplas dúvidas e controvérsias, sobretudo as que tendem a encarar, na esteira de Tuchmann (1972) a objectividade como um conjunto mais defensivo, e em certa medida desresponsabilizador, de “rituais estratégicos” que podem tendencialmente afastar, mais do que aproximar, os jornalistas do seu desiderato de procura da verdade possível.

Estas diversas causas podem ajudar a compreender porque é que a adopção da objectividade se foi tornando uma prática profissional generalizadamente aceite pela

comunidade jornalística – primeiro nos EUA e não na Europa, onde a forte tradição literária do jornalismo, e a relativa personalidade com que por isso o marcava, pode ajudar a explicar a *décalage* temporal na aceitação mais alargada do novo paradigma –, mas, como bem nota Schudson (2001), não explicam, só por si o motivo por que tal prática acabou transformada numa norma moral para a profissão. Sublinhando que a objectividade é, ao mesmo tempo, (a) um ideal moral, (b) um conjunto de práticas de *reporting* e *editing*, e (c) um padrão observável de escrita de notícias, Schudson considera pertinente perceber o que fez com que um conjunto de “**regularidades**” no trabalho jornalístico se transformasse em “**obrigações**” ou, dito de outro modo, entender a que se deveu “a emergência de prescrições moralmente poderosas acerca daquilo que poderia ou deveria ser apenas um comportamento prevalecente” (Schudson, 2001: 151). A mudança de categoria – que implica uma “articulação auto-consciente” e assumida dessas normas já generalizadas na prática – só é explicável, em sua opinião, por se verificar, para além das causas atrás elencadas, a existência concomitante de um conjunto de condições, que distingue entre “*durkheimianas*” (ou seja, mais decorrentes de preocupações de “**coesão social**”, em que inscreve os desejos de solidariedade horizontal no seio de um grupo e de construção de uma identidade desse mesmo grupo) e “*weberianas*” (mais ligadas ao “**controlo social**”, e em que inscreve o controlo hierárquico de uma organização, seja num dado momento no tempo, seja na passagem à geração seguinte).

Os primórdios da objectividade – quando ela não passava de um esforço de neutralidade – coincidem com as tentativas da imprensa “de opinião” de se ir afastando das ligações políticas e partidárias que lhe tolhiam os movimentos e as possibilidades de expansão comercial, mas numa situação em que neutralidade era talvez “um conselho prudencial, mas não uma norma moral” (Schudson, 2001: 154), e que conduzia mais a uma estrita preocupação estenográfica na actividade de reportar do que a preocupações de equilíbrio, integridade ou independência noticiosa. O próprio surgimento da entrevista como género autónomo – que se generalizou nos jornais americanos por volta de 1880 – tinha mais a ver com uma espécie de *media events*, funcionando como “uma ocasião criada pelos jornalistas e a partir da qual podiam compor uma história”. Destinava-se sobretudo “a agradar a uma audiência” (*ibid.*: 156), e não tanto a afirmar e consolidar um modo de informar mais distanciado e objectivo:

A rápida difusão desta nova prática [a entrevista] entre os jornalistas americanos não parece ter sido acompanhada por qualquer trabalho de racionalização ideológica. Ela ajustava-se sem problemas a um jornalismo que já era centrado nos factos [*fact-centered*] e centrado nas notícias [*news-centered*] mais do que dedicado primariamente ao comentário político ou preocupado com

aspirações literárias. Não deu origem à norma da objectividade, embora tenha sido mais uma de um crescente número de práticas que identificavam os jornalistas como um grupo ocupacional distinto, com distintos padrões de comportamento. A crescente coerência corporativa [*corporate*] desse grupo ocupacional, gerando uma procura tanto de coesão social como de orgulho ocupacional por um lado, e de controlo social interno por outro lado, é que acabaria por desaguar, à volta dos anos 1920, numa auto-consciente ética da objectividade (Schudson, 2001: 155-156).

Recusando as tentações reducionistas de explicar esta evolução apenas pelos novos contextos económico e tecnológico, Schudson aponta, assim, para o seio do próprio grupo profissional, numa envolvente sócio-cultural muito particular, como motor suplementar desta mudança e da elevação do ideal de objectividade a norma com força moral. Recorda igualmente que é neste tempo que os jornalistas se esforçam por deixar de se confundir com os padrões a quem (e exclusivamente a quem) se associavam habitualmente os jornais e respectivos alinhamentos políticos, afirmando-se como assalariados que cumprem uma função profissional, mas que devem lealdade essencialmente às audiências para quem trabalham e aos seus próprios princípios.

Mesmo a nível político, ocorrem mudanças importantes no panorama americano deste período, por exemplo com a alteração (decidida em 1896) do modo de os cidadãos votarem: já não, como até aí, levando para a urna o boletim que lhes era fornecido à entrada pelo seu próprio partido, mas passando a receber (como hoje connosco) um boletim com diferentes opções, das quais há que escolher uma no recolhimento de uma câmara de voto fechada. Ou seja, o próprio acto de votar se transformou de um “acto público de filiação” numa escolha privada, racional, de entre várias propostas, programas ou personalidades, de tal modo que Schudson diz mesmo que “votar era agora uma acção orientada para um ideal de objectividade, um modelo de escolha racional, se se quisesse” (*ibid.*: 161). O que ajuda a explicar como o trabalho jornalístico, importante para essas escolhas políticas dos cidadãos, se sentia igualmente ligado às novas exigências, participando delas à sua maneira.

No fundo, tudo isto – e mais as demarcações face à propaganda e aos “persuasores” ou “manipuladores” profissionais, e mais a adesão aos ideais científicos crescentes, e mais a embrionária vontade de formação, reflexão e investigação em instituições acreditadas de ensino – contribuía para o desejo, progressivamente consciente e afirmado, de o grupo elevar os seus *standards* e dignificar o seu ofício. E nessa estratégia profissional o desafio da objectividade teve (fosse na prática quotidiana, fosse na exaltação retórica que também suscitava) um papel relevante:

Por esta altura – os anos 1920 –, a norma da objectividade tornara-se um ideal ocupacional completamente formulado, parte de um projecto ou missão profissional. Muito mais do que um

conjunto de regras técnicas para escapar a processos judiciais, ou do que um conjunto de constrangimentos para ajudar os editores a controlarem os seus subordinados, a objectividade era finalmente um código moral. Era incorporada nos livros didácticos usados nas escolas de jornalismo, era proclamada nos códigos de ética das associações profissionais” (*ibid.*: 163).

Este “saber jornalístico” assim sistematizado – e em alguma medida disciplinarmente codificado – vai, pois, bastante além de um mero repositório de **procedimentos e técnicas**, convocando também (ou sobretudo) certos **comportamentos e atitudes**, certa **postura ética**, que nos permitem religá-lo ao “modelo da competência” tal como atrás descrito. E isto parece concordar com a opinião de Roche de que “os saber-fazer já não são suficientes para profissionalizar os indivíduos”, sendo necessário acrescentar-lhe esse conjunto de competências multidimensionais que vão além do “saber” definido em termos de uma qualificação adquirida, a ponto de se poder considerar que “se desenha uma ligação estrutural entre o conceito de profissionalização e o conceito de competência” (Roche, 1999: 48). É nesta mesma linha que se pronuncia Perrenoud (1996) ao sublinhar que

a profissionalização acentua-se quando num ofício, qualquer que ele seja, as directivas metodológicas e as regras dão lugar a uma autonomia guiada por *objectivos* claros, cuja realização é avaliável, e por uma *ética* que interdita as práticas contrárias aos interesses dos utilizadores ou da colectividade (Perrenoud, 1996: s/p, realces do autor).

2.2.8. - Como saber o que é, ou não é, notícia?

A sistematização de saberes aqui descrita não parece, todavia, capaz de dar uma resposta cabal à questão que constitui porventura o núcleo mais fundo do “saber profissional” típico dos jornalistas – o **saber o que é, ou não é, notícia**. Mesmo tomando em consideração as diferentes tipologias conhecidas de critérios de noticiabilidade, sabemos que eles não só variam em função dos tempos e das circunstâncias em que são invocados como, mais do que isso, são permanentemente temperados e complementados com uma série de outros factores, mais ou menos explícitos, decorrentes do exercício da actividade num dado órgão de comunicação, num dado colectivo redactorial, numa dada comunidade profissional, misturando elementos objectivos com uma leitura subjectiva que decorre da inserção concreta dos jornalistas, dos seus percursos específicos de socialização e da sua experiência acumulada. Com o tempo e o trabalho, eles revelam e/ou desenvolvem essa particular competência a que alguns chamam “faro para a notícia” ou “perspicácia profissional” (Traquina, 2002: 155) e que, mesmo sabendo exercer, as mais das vezes têm enorme dificuldade em explicitar (é o tal “saber mais do que se consegue

dizer”), levando a que se associe frequentemente a uma espécie de saber ‘*inato*’, a uma espécie de talento, de instinto ou intuição.

Uma certa retórica decorrente da vontade de afirmação profissional conduziu até à elevação desse saber à categoria de conhecimento esotérico, de “conhecimento sagrado” apenas acessível a eleitos ou a iniciados, de “capacidade secreta” que, supostamente, funcionaria quase como pedra de toque para diferenciar o jornalista das outras pessoas (Tuchman, 1972; Zelizer, 1993/2000). Não obstante, embora se trate de um saber dificilmente definível pelos próprios, diversos autores têm estudado os mecanismos e esquemas que subjazem à decisão (frequentemente consensual, até de modo tácito, entre os pares) sobre o que é ou não é notícia. Assim, é possível apontar um conjunto de factores, tanto endógenos como exógenos, que concorrem para ela e ajudam a explicá-la – o que, em alguma medida, significa também ‘des-sacralizá-la’ e situá-la, como parece lógico, mais no âmbito das competências adquiridas (e partilhadas) do que de misteriosos saberes vindos não se sabe bem de onde.

Três factores são comumente referidos como concorrendo para a decisão do jornalista: o dos (1) valores-notícia e correspondentes critérios de noticiabilidade de um dado evento (actualidade, novidade, proximidade, relevância, dramatismo); o dos (2) objectivos específicos ligados à empresa e ao órgão de comunicação em que se trabalha (com as consequentes diferenças em termos de público-alvo); e o da (3) capacidade de influência e persuasão das fontes que, cada vez mais, promovem os eventos e até os quadros ou grelhas da sua interpretação (recorde-se a já referida “revolução das fontes” a que se assistiu nas últimas décadas).

Há, entretanto, um quarto factor, porventura menos estudado porque mais fluído, que corresponde aos valores e crenças subjectivas do jornalista, entendido não só enquanto indivíduo, mas também enquanto parte de um grupo de pares a que se liga, em cujo seio se socializa profissionalmente e com quem progressivamente se identifica. É para este aspecto que Donsbach (2004) chama especialmente a atenção, no pressuposto de que, se queremos **explicar** e não apenas **descrever** o processo de decisão jornalística (*news decision*), não podemos ignorar os factores decorrentes daquilo a que ele chama uma abordagem “cognitivo-psicológica e socio-psicológica” (Donsbach, 2004: 132). Em sua opinião, é esta dimensão que pode ajudar a perceber, por exemplo, o porquê de certos valores-notícia serem, conforme as circunstâncias, mais poderosos do que outros, ou o tipo de relações que são estabelecidas entre jornalistas e certas fontes.

Muito do trabalho dos jornalistas tem a ver com percepções, conclusões e juízos: ver a realidade; inferir desenvolvimentos e relacionamentos a partir dela; e avaliar a realidade. A minha hipótese central é que duas necessidades ou ‘funções’ gerais, que envolvem processos psicológicos específicos, podem explicar as decisões jornalísticas sobre a notícia [*news decisions*]: uma necessidade de validação social de percepções e uma necessidade de preservar as pré-disposições próprias. A primeira repousa mais na natureza social dos homens, a segunda refere-se mais às suas cognições individuais. Mas ambos os factores estão interligados (Donsbach, 2004: 136).

Confrontado com a premência constante de tomar decisões sobre o que é ou não verdadeiro, o que é ou não relevante, o que é ou não adequado (logo, o que é ou não noticiável, e com que destaque), o jornalista nem sempre consegue recorrer a critérios objectivos para a sua escolha – sendo que esta se torna imediatamente pública, com os inerentes riscos de desacerto ou falhanço. É face a estas situações incertas ou indeterminadas que ele precisa de ter uma especial capacidade reflexiva (como vimos atrás, a propósito dos “saberes de acção” analisados por Schön). Mas, mais do que isso, neste processo adquire grande importância o papel dos **grupos**, como sustenta Donsbach, apoiado em estudos da psicologia social. Essencialmente isto significa que “uma opinião, uma crença ou uma atitude é ‘correcta’, ‘válida’ e ‘adequada’ apenas na medida em que está ancorada num grupo de pessoas com crenças, opiniões e atitudes semelhantes” (*ibid.*: 138). Para isto aponta a chamada “**teoria da realidade partilhada**” que, combinando os contributos teóricos do interaccionismo simbólico com o estudo empírico dos processos de comunicação, sustenta que “mesmo os processos cognitivos básicos são definidos pelas actividades sociais em que se manifestam” (*ibidem*). Uma realidade partilhada deixa, então, de ser uma realidade apenas subjectiva e, porque se ajusta a princípios, valores e atitudes de outros membros do grupo, adquire um estatuto mais objectivo, pelo que as correspondentes decisões e acções acabam por encontrar aí o seu modo de **validação**. Como diz ainda Donsbach (*ibid.*: 139-140), os jornalistas, confrontados com a “situação de risco” de tomar decisões que se vão tornar públicas, precisam que “a percepção do que é verdade (factos), relevante (agenda) e aceitável (opiniões) seja validada pela ajuda de outros”. E quem são esses outros? São basicamente os seus pares profissionais:

Os jornalistas, naturalmente, interagem com muitos grupos, quer no âmbito da sua profissão, quer na esfera privada. Mas quando se trata realmente de tomar decisões, há, por duas razões, apenas um grupo que conta: os outros jornalistas. Primeiro, porque são os de mais fácil acesso. Segundo, porque são os seus pares e, como tais, representam as normas profissionais. Portanto, eles são, do ponto de vista do jornalista, percebidos como a mais legítima influência para a sua tomada de decisões (*ibid.*: 140).

É para este aspecto que remete, afinal, a caracterização do grupo profissional dos jornalistas como uma “**comunidade interpretativa**”, nos termos apresentados por Barbie Zelizer – ou seja, como um grupo “unido pelo seu discurso partilhado e pelas

interpretações colectivas de acontecimentos públicos relevantes” (Zelizer, 1993/2000: 33)²⁴ – e que outros autores, como Traquina, preferem apelidar de “tribo”, uma tribo no sentido antropológico, e “cujas características e ideologia são um factor crucial na elaboração do produto jornalístico” (Traquina, 2004a: 126).

Neste mesmo sentido aponta Pierre Bourdieu quando escreve que “os jornalistas têm os seus ‘óculos’ particulares através dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de uma certa maneira as coisas que vêem” (Bourdieu, 1997: 12), integrando depois essa característica não só na pessoa concreta que o jornalista é, mas também naquilo a que chama a “circulação circular da informação”:

Ninguém lê tanto os jornais como os jornalistas, que, por outro lado, têm tendência a pensar que toda a gente lê todos os jornais (...). Para os jornalistas, a leitura dos jornais é uma actividade indispensável e a revista de imprensa um instrumento de trabalho: para saberem o que vão dizer, precisam de saber o que disseram os outros. Tal é um dos mecanismos através dos quais se engendra a homogeneidade dos produtos propostos (...). Esta espécie de jogo de espelhos que se reflectem mutuamente produz um formidável efeito de encerramento, de enclausuramento mental (*ibid.*: 18-19).

Os jornalistas interagem uns com os outros em múltiplas situações, sejam as da vida profissional (no espaço comum de uma mesma redacção, na cobertura, em conjunto, dos mais diversos assuntos noticiosos, na atenta observação quotidiana do que os colegas de outros *media* reportaram) sejam até as da vida privada, (onde frequentemente prolongam as relações vindas do trabalho²⁵). Com isso vão desenvolvendo e interiorizando uma cultura profissional comum, feita de valores, de normas, de símbolos, de regras não escritas, que acaba por ser muito influente no seu trabalho – autores como Greenwood

²⁴ Zelizer dá uma grande importância à “rede informal” de relações que se estabelece entre os jornalistas, considerando que esse aspecto tem sido “descurado nas análises formais do jornalismo enquanto profissão” (Zelizer, 1993/2000: 35). Recorda o que por alguns é apelidado de “jornalismo de matilha” [*pack journalism*], que faz com que os repórteres tenham tendência a andar juntos e a ‘confraternizar’ durante o processo de recolha de informações, com isso se assegurando mutuamente de que coincidem todos na análise e na interpretação dos eventos. Estas práticas e estes mecanismos, em sua opinião, contribuem porventura mais do que os indicadores típicos das profissões ‘estabelecidas’ para os jornalistas construírem “um significado sobre si mesmos” (*ibid.*: 38) e, afinal, “legitimarem-se” como grupo profissional sólido e coerente.

²⁵ O trabalho de Donsbach (2004) aqui citado refere estudos segundo os quais esta “interacção social” dos jornalistas com os colegas, mesmo longe do espaço de trabalho, é notória: 75 por cento dos jornalistas americanos inquiridos sobre a matéria afirmaram que pelo menos um dos seus três melhores amigos era um jornalista; num inquérito similar entre jornalistas alemães, as conclusões foram também próximas (dois em cada três pronunciaram-se no mesmo sentido), o que confirma aquilo que também nós próprios percebíamos pessoalmente, na observação ‘directa e participante’ com os jornalistas portugueses durante mais de duas décadas de actividade profissional: que a ‘confraternização’ entre eles vai muito para além do espaço das redacções ou das conferências de imprensa a que se assiste em conjunto, prolongando-se pelos tempos de convívio e de lazer fora das horas e locais de trabalho e, de algum modo, tornando-se presente na vida toda. Contribui, assim, para ir moldando opiniões, crenças, valores, visões do mundo potencialmente mais próximas do que as estabelecidas com quaisquer outros grupos com os quais socializam também.

consideram mesmo que “a transformação de um neófito num profissional é essencialmente um processo de aculturação em que este internaliza os valores sociais, as normas de comportamento e os símbolos do grupo ocupacional” (*apud* Traquina, 2004a: 48) – e que, de resto, ajuda também a explicar por que motivo há uma tão grande similitude na cobertura que os *media* fazem das mais variadas matérias.

Esta curiosa “consonância” (Donsbach, 2004: 141), que os jornalistas frequentemente tentam imputar a critérios ‘objectivos’ e ‘óbvios’ decorrentes de valores-notícia – mas que o público leigo tem grande dificuldade em ver como ‘objectivos’ e ‘óbvios’ – pode decorrer, em grande medida, da “força de uma realidade comumente partilhada acerca do que merece ser noticiado” (*ibid.*: 142). E a sintonia com os membros do grupo relativamente às decisões tomadas funciona, então, como um instrumento de validação que não só transmite segurança, como contribui para o aprofundamento de um sentimento de pertença e do “espírito de corpo” tão associado ao profissionalismo. Mesmo sabendo-se que os jornalistas trabalham para órgãos de comunicação diferentes e competem entre si pela busca das melhores “cachas”, este efeito não desaparece de todo: como sublinha Bourdieu (1997), as “relações de concorrência” entre jornalistas são também “relações de conivência”, porque “baseadas nos interesses comuns ligados à sua posição no campo de produção simbólica”, e igualmente no facto de “terem em comum estruturas cognitivas, categorias de percepção e de apreciação ligadas à sua origem social, à sua formação (ou à sua não formação)” (Bourdieu, 1997: 34).

Há, naturalmente, outros grupos que participam no processo de validação das decisões jornalísticas – os mais relevantes serão as fontes de informação e a própria audiência que se quer tocar –, mas desses é mais habitualmente dada conta, além de ser mais facilmente encontrado o rasto que deixam. No caso do grupo dos pares, o processo de influência e de identificação parece ser mais subtil, mais informal, e por isso menos explicitado, traduzindo-se sobretudo numa interiorização crescente de critérios, de comportamentos e de procedimentos que só a experiência real acaba por proporcionar²⁶.

²⁶ Neste mesmo sentido aponta Goren (1989: 252), ao recordar que boa parte da aprendizagem profissional dos jornalistas é feita efectivamente através da experiência, significando esta, basicamente, “o processo pelo qual os jornalistas interiorizam as normas dos seus pares e da organização que os emprega”. Em seu entender, “o sentido das notícias só pode ser adquirido através da experiência”, uma vez que os jornalistas não conseguem defini-las senão em termos relativos – de onde a necessidade de permanente aferição do que decidem e fazem com o que decidem e fazem os seus pares/concorrentes. E “o que parece ser competição” acaba por ser “largamente o resultado desta necessidade de constante e sistemática comparação”, que acaba por conduzir à tal “consonância” ou “previsibilidade” das decisões editoriais de diferentes meios de comunicação, associada à sua “validação

O segundo factor referido por Donsbach para a compreensão dos mecanismos psicológicos e socio-psicológicos da decisão jornalística (e que aqui não cabe desenvolver) tem a ver com as pré-disposições existentes na pessoa e com a necessidade de as confirmar, ou de se ajustar a elas. Este domínio remete-nos para conceitos como o “esquema”, de Piaget, e o “*habitus*”, de Bourdieu, ou seja, para os modos relativamente condicionados como percebemos, seleccionamos, organizamos e retemos os dados da realidade, em função não só do nosso percurso anterior de aquisição e desenvolvimento de conhecimento, como também da inserção social e cultural que nos é própria.

Em síntese, estes dois factores que afectam (e ajudam a compreender) a tomada de decisões do jornalista – a validação social dos seus juízos através de uma interacção, sobretudo com os pares, e a necessidade de adequação a pré-disposições existentes – são importantes porque o jornalista está constantemente a ser chamado a decidir e porque essas suas decisões, afinal, “constituem o *input* de muita da percepção da realidade para os cidadãos”; aliás, pode dizer-se que a visão que os cidadãos têm do mundo ‘lá de fora’ é, em boa parte, “o resultado das percepções dos jornalistas e dos processos dinâmicos de grupo no interior da profissão” (Donsbach, 2004: 151). Portanto, ter consciência da influência destes factores é importante para os cidadãos enquanto públicos – permitindo-lhes uma leitura mais distanciada e crítica do que lhes chega através dos *media* –, mas não é menos importante para os próprios jornalistas, cuja exigência profissional reclama uma capacidade de autonomia de pensamento e decisão que deve começar no próprio reconhecimento dos obstáculos e armadilhas a essa desejável autonomia.

A constatação de que uma parte substancial dos modos de **produção** jornalística poderão não ir muito além de uma **reprodução** daquilo que fizeram (e fazem) todos os elementos do grupo – e, nesse sentido, contrariando o desafio essencial da proposta emancipatória de Schön em favor de “praticantes reflexivos” que não se limitem a mimetizar soluções ou a aplicar receitas pré-formatadas – contém uma potencial perversidade, que só pode tornar-se ultrapassável se se tiver, desde logo, real noção de como ela actua, mesmo a níveis menos conscientes. Essa atitude de vigilância e recuo crítico, não sendo condição suficiente para contrariar a reprodução *ad aeternum* de práticas cuja bondade se põe em dúvida (mas que a vontade de identificação com o universo

consensual” (*ibidem*) e a um correspondente sentimento de maior identificação com o grupo profissional – e, daí, de maior segurança.

simbólico de um colectivo profissional algo fechado parece tornar quase obrigatórias), é, porém, uma condição necessária. Como sugere Donsbach (*ibid.*: 152), a influência destes factores socio-psicológicos nas decisões jornalísticas faz com que os jornalistas tenham frequentemente “pontos de vista políticos e ideológicos similares”, pelo que a sua influência “é multiplicada”, o que reforça a necessidade de implementar mecanismos adequados de “*checks and balances*” – que devem começar, desde logo, pela própria formação dos jornalistas.

2.2.9. - A especificidade do “produto-jornal”

Podemos considerar, então, que esta competência muito particular de saber o que é ou não é notícia, embora não seja facilmente descritível ou codificável, nem por isso deve ser remetida ao domínio do “sagrado” ou do “indefinível”, alegadamente como fonte legitimadora de uma ambição a um estatuto profissional que não conseguiria atingir por outros caminhos mais científicos. Pelo contrário, parece-nos que ela remete para os “saberes de acção” tais como Schön os definiu – e que são também, muito claramente, “saberes de interacção” –, e que, nesta perspectiva, constituiriam o quadro de referência mais adequado para assegurar uma boa formação dos jornalistas profissionais, ultrapassando (e integrando de forma complementar) as dicotomias tradicionais do saber *versus* agir ou da teoria *versus* prática, e valorizando esta enquanto oportunidade de reflexão, aprendizagem e desenvolvimento de competências capaz de reenviar para o próprio domínio do conhecimento, mais do que para a reprodução rotineira e acrítica de automatismos. Este é um modelo que se ajusta especialmente bem às especificidades da profissão jornalística exercida nos contextos empresariais que conhecemos, situada numa espécie de meio caminho entre a arte e a técnica, entre a criatividade e a rotina, entre a universalidade e a singularidade, entre a novidade e a repetição.

Um jornal (seja ele impresso, radiodifundido ou televisivo) é, todos os dias, um produto igual e diferente; uma notícia-padrão é, todas as vezes, algo que repete uma estrutura mas também algo que, desde a selecção do *lead* à organização hierárquica dos elementos mais importantes, passando pela escolha das palavras concretas, decorre de um acto criativo, de escolhas, de decisões. Todas as notícias, da maior à mais pequena, implicam um trabalho intelectual que não seria nunca transferível na totalidade para uma máquina. E muito menos o labor que lhe está a montante: o de, face a um evento concreto no meio de milhares que são conhecidos todos os dias, decidir (num processo mais ou menos explicitamente reflexivo) se é, ou não é, notícia. E, sendo notícia, “como” é que é –

com que tamanho, com que destaque, com que desenvolvimento, com que abordagem, com que título –, que também aí há lugar para escolhas, para opções, para o exercitar de uma competência profissional (em termos individuais e em termos colectivos, no espaço próprio de uma redacção, com as suas divisões de trabalho, as suas especialidades, as suas hierarquias, a sua cultura própria).

Como Levine & Wackman (1992) puseram em destaque, ao estudar as especificidades da empresa informativa por relação com outra qualquer empresa, o “produto-jornal” inverte os termos habituais de qualquer outro produto industrial: aqui, não se trata de manter o conteúdo e ir frequentemente modificando o invólucro para melhor captar o interesse dos potenciais consumidores, mas, pelo contrário, de elaborar de novo o conteúdo, todos os dias, mantendo o essencial do invólucro (a sua forma, a sua organização interna, a sua divisão em secções, a sua relação texto-imagem, etc.). Isto tem implicações importantes, quer relativamente à gestão dos ‘empregados’ – cujo trabalho, com estas características, implica um elevado grau de autonomia e de poder próprio de decisão, nada típico das organizações industriais de desenho “taylorista” –, quer relativamente à própria actividade produtiva – que obriga a elaborar diariamente um produto dentro das exigências industriais habituais de tempo, de espaço, de rotinas e de standardização mas, simultaneamente, a elaborar diariamente um produto **novo** desde a primeira à última palavra e imagem, e além disso um produto que contenha “mensagens de alta qualidade, inovadoras e recentes” (Levine & Wackmann, 1992: 35).

Estamos, assim, perante um tipo de trabalho que se pode considerar, na esteira de Caria (2005: 198), um trabalho “técnico-intelectual”, que vai para além de uma mera lógica “técnico-instrumental”. E isto por três motivos: (1) nesta acção profissional estão inscritos também “valores e orientações morais” que fazem com que os critérios de interacção com “o outro” (no caso, as fontes e os destinatários da informação) não sejam desvalorizados; (2) os conhecimentos mobilizados para este trabalho não são uma mera aplicação da ciência adquirida em educação formal prévia e, pelo contrário, obrigam a “operações sócio-cognitivas de recontextualização profissional do conhecimento”; e (3) a autonomia no contexto de trabalho implica o “desenvolvimento de uma reflexividade profissional própria” que saiba lidar com a incerteza e a singularidade das situações.

De tudo o que ficou dito neste ponto, parece poder concluir-se que a maior ou menor dificuldade do grupo profissional em explicitar claramente e em codificar disciplinarmente as suas competências ou, mais genericamente, o seu “**saber**” – uma

composição articulada de **saber**, de **saber-que-fazer**, de **saber-fazer** e de **saber-ser** –, não terá só a ver com estratégias defensivas do monopólio de um mercado de trabalho ou com uma representação mitificada de um conhecimento esotérico acessível a uns quantos ‘eleitos’; pelo contrário, tem muito a ver com as especificidades deste *métier*, constantemente desafiado a articular conhecimentos adquiridos com práticas singulares, técnicas padronizadas com apresentações inovadoras e criativas, critérios gerais com exigências particulares decorrentes da acção concreta e da interacção com acontecimentos e pessoas concretas. Nesse sentido, um simples **modelo de qualificação** – que, em todo o caso, nunca foi totalmente conseguido, apesar de o jornalismo ter entretanto chegado aos bancos da universidade e aí assumido um lugar institucional de direito próprio – mostra-se menos estimulante que um **modelo de competência**, onde assume papel de relevo, além da preparação científica prévia, uma sistemática e valorizada “prática reflexiva”, para fazer face às especificidades desta actividade profissional (ou do profissionalismo nesta actividade). Mesmo que tal seja feito à custa de um défice de preenchimento dos tradicionais atributos das profissões estabelecidas – um custo que, como sugerimos no Capítulo I, talvez seja pouco relevante, pois afigura-se mais formal do que real.

2.3. - A formação dos jornalistas

Se, como vimos, a afirmação do jornalismo enquanto disciplina autónoma, no âmbito da lógica tradicionalmente associada aos saberes disciplinares (formais, sistematizados e transmissíveis em contextos institucionais e certificados de formação), fez um certo percurso desde finais do século XIX até aos dias de hoje mas não se consolidou de modo inequívoco e definitivo, não admira que isso se tenha repercutido (e continue a repercutir-se) no desenho dos modos de acesso ‘legítimos’ ao exercício da profissão.

Em muitos países – entre os quais Portugal –, os requisitos de entrada no jornalismo não estão condicionados à obtenção prévia de um diploma de estudos especializados neste domínio, ou sequer de uma qualquer qualificação escolar de nível superior. “Podem ser jornalistas os cidadãos maiores de 18 anos no pleno gozo dos seus direitos civis” – eis tudo o que diz o artigo 2º do Estatuto do Jornalista português, acrescentando, no seu artigo 5º, um único ponto dedicado à questão do acesso à profissão:

A profissão de jornalista inicia-se com um estágio obrigatório, a concluir com aproveitamento, com a duração de 24 meses, sendo reduzido a 18 meses em caso de habilitação com curso superior, ou a 12 meses em caso de licenciatura na área da comunicação social ou de

habilitação com curso equivalente, reconhecido pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (S/A, *Estatuto do Jornalista*).

Uma habilitação escolar de nível superior (especializada ou não especializada) dá, portanto, apenas uma redução do tempo de estágio exigido ao candidato, não o substituindo – mas não sendo, tão-pouco, condição de acesso. O modelo prevalecente continua a ser o da formação no próprio local de trabalho, o do “aprender fazendo” e “aprender com os que já fazem”, privilegiando a prática (não necessariamente conduzida e acompanhada em termos de “prática reflexiva”, convém dizer) em detrimento de qualquer preparação também teórica ou, genericamente, de uma qualificação outorgada por entidade exterior à própria empresa informativa. Já vimos como este modelo foi continuamente defendido pelos jornalistas desde os primórdios da industrialização da imprensa e da constituição da profissão, havendo até quem escarnecesse de quaisquer outras hipóteses de formação para o *métier* – ou melhor, para a “**arte**”. Sabemos, em contrapartida, que hoje em dia, em Portugal, praticamente só acedem à profissão jovens com uma formação de nível superior em jornalismo ou em Ciências da Comunicação (Fidalgo, 2004), mas tal tem a ver sobretudo com a grande disponibilidade de uma crescente oferta de mão-de-obra diplomada e não com alterações de fundo no modelo ou nos seus pressupostos, sem prejuízo de se aceitar que o grau de exigência em termos de formação cultural globalmente entendida vai também aumentando no sector – como noutros, de resto.

2.3.1. - O dilema da titulação académica

A manutenção do carácter ‘aberto’ da profissão de jornalista é uma opção consciente e assumida de muita gente, tanto no seu seio como fora dela, e até por razões políticas ou ideológicas. Considerando que nela se corporiza o exercício da liberdade de expressão, e que a liberdade de expressão é um dos direitos básicos de todo o cidadão numa sociedade democrática, considerar-se-ia menos correcto estipular condições de acesso tais que inviabilizassem a entrada (ou a sua possibilidade genérica, pelo menos) a qualquer pessoa. Além disso, e atendendo à multiplicidade e variedade de perspectivas que se esperam do trabalho jornalístico, de modo a que ele represente o maior leque possível de sensibilidades e idiossincrasias, há quem considere que esse objectivo se cumpre tanto melhor quanto mais diversas forem a origem e a formação escolar dos candidatos a jornalistas: é por isso que, em algumas situações, o ensino do jornalismo se faz só a um nível pós-graduado, sendo nele aceites pessoas com as mais díspares formações académicas do nível de graduação.

Face a estas especificidades da profissão, continua a ser controversa a ideia de tornar ou não obrigatória a habilitação prévia com um diploma de estudos superiores em jornalismo (ou em Ciências da Comunicação) para o exercício profissional do jornalismo. E o certo é que não faltam opiniões segundo as quais a falta de formação de nível superior como via de acesso ao jornalismo tem sido de facto, entre outros, “um óbice à valorização / legitimação da profissão” de jornalista (Garcia, 1994: 72).

Uma posição intermédia é a defendida por Aznar (2005a), para quem é evidente a necessidade de aumentar a formação inicial dos jornalistas (até como caminho para “elevar o nível ético dos *media*” (Aznar, 2005a: 148)) mas para quem, simultaneamente, a exigência de um diploma universitário como condição legal de acesso à profissão comporta riscos não negligenciáveis, no que toca à liberdade, diversidade e pluralismo da informação, que contrabalançam as eventuais vantagens dessa opção. A sua proposta é que a habilitação com um diploma universitário especializado se torne não uma “**exigência legal**”, mas uma “**exigência social**” (*ibid.*: 148):

A pressão social poderia favorecer que a maioria dos profissionais dos grandes *media* contasse com uma titulação adequada. Ao mesmo tempo, não existindo uma lei exigindo *a todos* essa titulação, ficaria aberta a porta para que surgissem livremente quaisquer formas e meios de comunicação mais ou menos especializados, minoritários ou alternativos, a cujos responsáveis não teria de se exigir título universitário algum. Deste modo evitar-se-ia o risco de limitar o direito de qualquer pessoa a criar ou trabalhar num meio de comunicação (Aznar, 2005a: 150).

Considerando que os objectivos de melhoria da qualidade dos *media* e de apelo ao compromisso de responsabilidade e honestidade dos profissionais se atingiriam deste modo, Aznar dá ainda mais um passo ao sugerir que a dita “exigência social” do diploma universitário poderia também “converter-se em mais uma **exigência deontológica**, de forma que se fomentasse ao máximo a presença de licenciados nos *media* sem, contudo, a colocar como um requisito *imprescindível*” (*ibid.*: 152, realces do autor).

2.3.2. - A diversidade de opções curriculares

É, por outro lado, igualmente verdade que a maior presença ou ausência de uma formação específica de nível superior para o jornalismo foi, e continua a ser, afectada pelas dúvidas, indefinições e ambiguidades relativamente ao modo de olhar o jornalismo como forma de conhecimento e como disciplina autónoma, ligada a um “saber” específico e codificável. As próprias oscilações relativamente ao lugar de “filiação” do jornalismo, quando se tratou de o levar até à universidade, são reveladoras de alguma diferença de opiniões, quer sobre as suas mais aceitáveis ‘proximidades epistemológicas’, quer sobre o

âmbito e tipo de conhecimentos que lhe seriam supostamente mais úteis e adequados em termos de exercício profissional futuro. Oscilando entre os campos da filosofia, das letras, e das ciências da linguagem, por um lado, e o das progressivamente preferidas ciências sociais, por outro, não deixou ainda de, mais recentemente, ser também solicitado pelas escolas de artes e até pelos domínios mais exclusivamente ligados às tecnologias, atendendo à crescente inserção das actividades da comunicação no universo digital e multimediático. E as oscilações prosseguem quando se analisam os currículos das diferentes escolas superiores que disponibilizam licenciaturas em jornalismo ou em comunicação social, a começar logo pela designação dos cursos, pela definição do seu âmbito, pela enumeração dos seus ramos ou especialidades, e a acabar no *mix* de disciplinas consideradas mais apropriadas para uma formação que, não sendo profissional no sentido estrito – porque juridicamente não está estabelecido qualquer laço entre uma dada formação ou qualificação e o acesso a um determinado posto de trabalho – tem, pelo menos, algum pendor profissionalizante.

Apesar de tudo isto, pode afirmar-se que o reforço generalizado das qualificações escolares dos novos candidatos ao jornalismo, com uma efectiva formação específica de grau superior neste campo de saber, vem contribuindo para o maior aprofundamento de reflexões e para uma maior exigência de práticas profissionais no *métier*. Embora de modo desigual e nem sempre bem compreendido de ambos os lados, verifica-se também em Portugal uma crescente aproximação entre as esferas profissional e académica, com elementos daquela a serem chamados a participar activamente em projectos de ensino e formação, tanto graduada como pós-graduada, e investigadores a debruçarem-se crescentemente sobre a actividade concreta dos *media*, ou mesmo a serem solicitados pelos *media* a apresentar neles o seu olhar informado e crítico sobre a actividade. É um processo recente, que continua a ter de ultrapassar algumas barreiras de desconhecimento ou crispação mútuas, mas que contém potencialidades inegáveis para estimular os esforços de construção de um grupo profissional mais consciente das suas forças e fragilidades e, em consequência, mais (auto)crítico relativamente aos desafios que se lhe colocam.

2.4. - O estatuto do jornalista enquanto profissional especializado

Chegados a este último item, e tomando em consideração tudo o que fica exposto, podemos concluir que os jornalistas, ao longo das décadas em que foram prosseguindo uma estratégia de profissionalização (o “projecto profissional”, nos termos propostos por

Larson (1977)), sentiram vontade e necessidade de ir equacionando a questão de um “saber” que lhes seria específico, encarando-a também como uma forma (a somar a outras) de legitimação e de dignificação social da sua actividade, no cotejo com outras actividades profissionais reconhecidas como tais. Mas, se deram alguns passos valiosos nesse sentido, o que é certo é que não atingiram nesse domínio, de modo inquestionável, uma posição semelhante à das profissões estabelecidas nos moldes em que nos habituámos a vê-las: a lógica de uma profissão como repositório de um conjunto de ‘traços’ ou atributos claros e objectiváveis, entre eles a posse de um saber próprio formal, sistematizado, certificado e transmissível, não parece ajustar-se sem dúvidas ou equívocos, ainda hoje, ao jornalismo.

Isto não significa, porém, que não se considere fundamental que os jornalistas dominem um conjunto alargado de competências para poderem aspirar a ser considerados, de facto, profissionais, e a ser tratados – e de facto são – como tais. Simplesmente, a legitimação e o reconhecimento profissionais por via das competências reveladas têm-se feito não com base essencialmente na aquisição prévia de uma qualificação académica de nível superior, mas antes, mesmo com aquela e para além daquela, com base na aprendizagem continuada e colectivamente partilhada, em contextos de responsabilidade, de uma “prática reflexiva” que interliga conhecimentos e “saberes de acção”. Neste sentido aponta Donsbach (1981), quando sustenta a importância, no que se refere aos jornalistas, da sua “legitimação pela competência”, que faz decorrer de uma “reconsideração da profissionalização jornalística” (Donsbach, 1981: 47).

2.4.1. - Modos de legitimação

Partindo da constatação de que o grupo profissional dos jornalistas goza de uma grande capacidade de influência na sociedade e usufrui de alguns privilégios – desde logo, a oportunidade ímpar de acesso à palavra e ao exercício público efectivo da liberdade de expressão, que é teoricamente um direito de todos –, sem dispor da legitimidade formal tradicionalmente requerida pelas sociedades democráticas (o voto), Donsbach concorda que a necessária legitimação passa menos pelo preenchimento de uns quantos critérios ou ‘traços’ associados às profissões e, sim, pela avaliação permanente dos resultados do seu trabalho profissional na relação com a sociedade:

A competência é indicada por uma vontade e uma capacidade de assumir responsabilidade pelas consequências das suas próprias acções profissionais. Esta vontade e capacidade pressupõe que existe um modelo racional de tomada de decisões que pode ser aprendido. Até agora, muito poucos estudos sobre a profissionalização se preocuparam com este critério. Ele é, contudo, o mais importante para a relação entre os profissionais e os seus clientes (Donsbach, 1981: 57).

Apontando como objectivo essencial da actividade dos jornalistas a “construção de comunicação pública entre todos os grupos no seio da sociedade”, o autor faz decorrer daí a importância de certas características para o trabalho profissional, algumas das quais decorrem “do estudo formal” e outras “da experiência prática” (*ibid.*: 58). Elenca, de seguida, o conjunto de competências que julga essenciais para a boa prossecução daquele objectivo, e que passam por aspectos “**técnicos**” (conhecer e saber usar os meios adequados a determinadas audiências para conseguir ser entendido por elas, o que pressupõe um real conhecimento das próprias audiências), por aspectos de “**conteúdo**” (ter consciência da diversidade de pontos de vista e opiniões sobre as matérias abordadas e incorporá-los todos no trabalho informativo, mesmo os de quem não costuma ter voz no espaço público), por aspectos ligados aos “**efeitos**” (conhecer a multiplicidade de mecanismos pelos quais os *media* actuam e influenciam a sociedade, o que implica respeito pelas normas legais e pelos princípios éticos que garantem os direitos e as legítimas expectativas de pessoas e grupos), e ainda por aspectos “**substantivos**”, ou seja, o domínio razoável (e correspondente preparação prévia) das áreas e temas que se é chamado a tratar jornalisticamente. O enfoque permanente numa estreita ligação aos auditórios concretos para quem se trabalha, bem como numa constante preocupação de lhes prestar o serviço público que é suposto, mostra como esses auditórios são entendidos, afinal, como a fonte primeira e última onde fazer assentar a legitimação profissional:

A questão do grau de profissionalização do jornalismo não deve ser julgada em termos de categorias gerais, estandardizadas, independentes dos objectivos profissionais desta ocupação face à sociedade, mas de acordo com os requisitos específicos das funções sociais dos *mass media*. O preenchimento destes requisitos nas características estruturais, cognitivas e comportamentais da profissão torna-se, então, também a base para legitimar a influência social dos que trabalham nesta área e que usufruem de privilégios vedados a outros cidadãos, embora seja de todos o direito à liberdade de imprensa. A sociedade fica assim com a garantia de que esses privilégios não serão usados para desfavorecer as oportunidades de participação de certos grupos” (*ibid.*: 61).

Uma estreita articulação entre conhecimentos (genéricos e específicos) adquiridos e “saberes de acção” decorrentes de uma continuada (e partilhada) prática reflexiva parece ser, afinal, a fórmula que mais se adequa às particularidades de uma ‘disciplina’ com algumas dificuldades em se filiar muito estritamente neste ou naquele domínio científico. Foram essas dificuldades que levaram a que, ao longo das décadas, o jornalista fosse sendo aproximado ora mais das artes (a criação intelectual, a literatura, o saber intuitivo), ora mais das ciências (a história, a sociologia, a ciência política, as ciências sociais em geral), ora mais de certos ofícios técnicos, a ponto de investigadores como Ruellan (1994: 207), ao estudarem “as fronteiras [da sua] vocação”, se colocarem sucessivas interrogações: o

jornalista é um escritor?, é um criador?, é um investigador?, é um publicitário?, é um comunicador?...

Hoje como ontem, numerosos são os jornalistas que exprimem o sentimento de viver um *métier* em perpétua instabilidade. Dá a impressão de se ser simultaneamente indispensável e ilegítimo, incontornável e hipócrita: o jornalista sente-se um ‘toca-a-tudo’ que ora se faz professor, ora cientista, analista, literato, observador, defensor, partidário, publicitário, técnico, intérprete, criador... sem nunca assumir exclusivamente ou absolutamente qualquer destas funções. O jornalista parece condenado a desfazer-se destas peles de empréstimo tão depressa como as vestiu por necessidades de circunstância. (...) Os professores, os cientistas, os responsáveis político-administrativos, os comerciantes, os técnicos, os criadores... põem-se de acordo em não gostar dele porque ele nunca sabe ser um irmão senão pela metade. É um falso-irmão (Ruellan, 1994: 209).

Se tem um estatuto profissional reconhecido (como parece claro que tem, em termos jurídico-legais mas também em termos de visibilidade e de impacto social), não é sobretudo, ou prioritariamente, no domínio de um conjunto de conhecimentos formais que ele pode fazer alicerçar essa prerrogativa – o que não significa, naturalmente, menosprezar a importância cada vez maior de uma sólida formação cultural, tanto global como específica do campo mediático, para o exercício de um jornalismo competente, exigente e autónomo. Nem parece, muito menos, que seja por via de uma aposta numa formação profissional de pendor mais assumidamente técnico que pode clarificar-se, ou aprofundar-se, uma identidade profissional que nunca foi muito definida no plano dos “saberes” e “saber-fazer” e que hoje, com as novas formas de processamento e difusão da informação ligadas às tecnologias digitais e à profusão de suportes mediáticos, ainda se vem tornando mais heterogénea e polifacetada.

De resto, o apelo do profissionalismo, tal como o fomos caracterizando, não parece compaginar-se, no que lhe é mais nuclear, com um enfoque preferencial em formas de mera *expertise* técnica, cuja componente instrumental, perecível, mutável, é posta em evidência com a aceleração contemporânea dos progressos científicos e tecnológicos, permitindo destacar cada vez mais, em seu lugar, a capacidade reflexiva, a compreensão global dos processos comunicativos e a possibilidade de acção autónoma, das pessoas que estão por trás dos instrumentos técnicos e com eles operam. Como dizia em tempos o gestor de uma importante empresa informativa, falando para os responsáveis de uma escola superior empenhada na boa formação de futuros jornalistas (e citamos de cor): “Ensinem-nos a pensar, que nós depois ensinamos-lhes facilmente as técnicas do ofício”.

Caracterizar o jornalista como um profissional especializado remete-nos, antes, para a “lógica da competência” atrás dissecada, e de que os conhecimentos científicos e técnicos são apenas uma das componentes, a que haverá que acrescentar uma capacidade de acção e de interacção que lhe permita atingir eficazmente os objectivos do papel que a

sociedade lhe tem cometido. Sem esquecer que, para a prossecução desses fins, é imprescindível saber mobilizar também os meios justos e adequados, sempre decorrentes de uma exigência ética inseparável da boa *performance* profissional.

Ora, num universo global da comunicação cada vez mais multifacetado e de fronteiras ténues entre o que é ou não é informação socialmente relevante, onde a especificidade do jornalismo nem sempre consegue já ver onde se situar, será porventura cada vez menos importante “o que” se faz, “onde” e “quando” se faz, e cada vez mais decisivo e diferenciador o “**como**” se faz (a prevalência do *processo* sobre a crescente ditadura do *produto*), o “**por que**” se faz (as motivações, a voluntária submissão de quaisquer interesses particulares a um interesse público) e o “**para que**” se faz (a responsabilidade social, o compromisso com a dinamização do espaço público e com os cidadãos de uma sociedade livre e criticamente participativa). Mas estes desafios ligam-se já não tanto à dimensão cognitiva do profissionalismo, em que essencialmente incidiu este ponto, e sim à sua imprescindível dimensão normativa, que abordaremos nos dois próximos pontos.

3. A responsabilidade e o ideal de serviço público

Olhado os atributos ou ‘traços’ comumente ligados às dimensões **valorativa** e **cognitiva** do profissionalismo (Larson, 1977; Singer, 2003) – uma apontando para o seu prestígio social e a sua reivindicação de autonomia, traduzida (também) na criação e no poder de associações profissionais, outra referente à invocação de um saber e um saber-fazer específicos e especializados –, falta agora olhar para o modo como os jornalistas foram lidando com a sua dimensão **normativa** – aquela que põe em relevo a garantia, como pressuposto legitimador da profissão, da prestação de um autêntico **serviço público** considerado essencial à comunidade, e prestado em moldes **altruístas**, sobrepondo a sua proclamada **responsabilidade social** a quaisquer outros interesses ou lealdades particulares. A isto se acrescenta um compromisso explícito com determinados **princípios éticos** e regras de **moral profissional**, bem como com a garantia da sua observância a partir do controlo dos pares (item que analisaremos no ponto seguinte).

Este foi sempre um domínio particularmente sensível no processo de afirmação profissional dos jornalistas, quer pelas características do bem com que lidam – a

informação e sua circulação num espaço público plural, a colocação em acto de um direito tão fundamental e universal como a liberdade de expressão –, quer pelas características específicas da sua profissão – próxima das de pendor mais “prescritivo” do que “descritivo”, mais “normativo” do que “científico”, como vimos atrás.

A reivindicação da prestação de um serviço considerado imprescindível à sociedade e às expectativas de participação dos cidadãos nas decisões comuns, características da vivência democrática, foi, desde os inícios, um argumento angular dos jornalistas para verem o seu *métier* reconhecido acima de uma simples ocupação e, inclusivamente, para conquistarem algumas facilidades derogatórias do direito laboral comum, aproximando-os do estatuto das profissões estabelecidas, quando não indo mesmo além. Tal como os médicos asseguravam o bem essencial da saúde ou os advogados o bem essencial da justiça, também os jornalistas, não lidando embora com os problemas básicos da vida ou da morte, da liberdade ou da prisão, se apresentavam como assegurando um bem tanto mais essencial quanto mais complexa se tornava a realidade envolvente que importava conhecer – e quanto mais expandido se tornava o acesso à educação, à ciência, à cultura, à vontade de participação na coisa pública. A contrapartida oferecida passava, antes de tudo o mais, pela garantia de se exercer essa “missão” (e não era inocentemente que tanto se insistia no termo “missão”²⁷) com uma motivação altruísta e desinteressada, tributária de um interesse público e não de quaisquer interesses particulares de grupos, instituições ou pessoas, ou sequer de um interesse pessoal, egoísta.

Sabemos como, no decorrer deste processo de profissionalização, a valorização sócio-económica e o correlativo aumento de prestígio dos jornalistas também eram activamente desejados. Não falta quem considere que isso decorreria, de modo mais ou menos conscientemente assumido, de uma ideologia do profissionalismo entendida sobretudo como oportunidade de diferenciação social e de conquista, em regime de monopólio legalmente outorgado e protegido, de um mercado fechado de trabalho – não obstante estas conquistas tenham frequentemente sido associadas, elas próprias, à necessidade de valorização social e pública de uma actividade que almejava uma respeitabilidade e um prestígio tidos por fundamentais para a boa prossecução dos seus

²⁷ A invocação do trabalho como uma “missão” ou um “sacerdócio”, tão característica de certas retóricas profissionais (das quais a dos jornalistas não é, longe disso, a mais rara), remete para a componente religiosa associada à etimologia do termo “profissão”, entendido quer como vocação, como chamamento, para algo que *deve* ser feito, quer como “acto de professar”, de aderir a certos princípios, certos valores, certa fé.

mais nobres propósitos. E nunca haveria actividade respeitável e socialmente considerada, argumentava-se, se os seus praticantes continuassem a ser confundidos com os trabalhadores indiferenciados de qualquer ofício manual ou apenas associados aos diletantes e boémios que encontravam no jornal a ocupação despreocupada de quem não se mostrava qualificado para qualquer outro trabalho de média exigência.

3.1. - Entre o serviço público e o interesse privado

Se, no plano estritamente individual, é legítimo olhar com alguma reserva esta invocação tão generalizada de desinteresse e de altruísmo por parte dos jornalistas em processo de afirmação profissional, no plano mais global a questão adquiriu contornos totalmente novos quando se assistiu, nos modos já descritos e comentados, ao processo de industrialização e massificação da imprensa verificado entre as últimas décadas do século XIX e as primeiras do século XX. E a novidade pode bem ser sintetizada nas palavras de Joseph Pulitzer escritas em 1902, quando começava a elaborar o seu propósito de criação de uma (inérita) escola para jornalistas:

“Um grande jornal tem de ser uma instituição pública ao serviço do bem público, embora incidentalmente e inevitavelmente não possa também deixar de ser um negócio” (cit. em Schiller, 1979: s/p).

Nos primórdios, e um pouco por todo o lado embora de modo desigual conforme os países, o jornalismo teve que se haver basicamente com o **Estado**: o que estava em causa era a conquista do pressuposto **político** fundamental das liberdades de expressão e de imprensa. Agora, todavia, entrava em cena um novo e decisivo actor com quem ele passaria a ter de se articular: o **Mercado**, mais a sua lógica **económica**.

As sociedades liberais modernas nasceram com o estabelecimento de uma série de direitos e liberdades fundamentais, entre os quais figuram em lugar proeminente a liberdade de expressão e o direito à informação. Estas liberdades e direitos fundamentais constituem o marco em que os meios de comunicação social adquirem o seu sentido pleno, como promotores da autonomia das pessoas, enriquecedores do acervo cultural e garantes suplementares do ordenamento democrático. Mas as nossas sociedades também são de livre mercado, configuradas em grande medida em torno da actividade empresarial e orientadas em muitas das suas práticas pelas regras do mercado. E os meios de comunicação social também são empresas ou partes de empresas, amiúde das maiores e mais poderosas. Os *media* constituem deste modo a instituição social onde com mais clareza confluem estas duas componentes da nossa sociedade, e que dão conta da sua particular natureza ‘*jánica*’ [de duas faces] (Aznar, 2005a: 10).

Com a industrialização e massificação da imprensa, um **serviço** de contornos e motivações predominantemente intelectuais passou a ser gerido cada vez mais também como um **produto** com exigências e implicações comerciais. Esta “mercantilização” das

notícias não mais deixou de acompanhar o trabalho jornalístico, fazendo-o lugar de disputas e ponto de equilíbrios sempre instáveis entre dois pólos de sinal diferente, e muitas vezes oposto, que se habituaram a reclamá-lo – o pólo intelectual e o pólo comercial (Bourdieu, 1997; Traquina, 2002). Em consequência, o invocado propósito de prestação de um serviço desinteressado e altruísta à comunidade passou a ter de se confrontar igualmente com os objectivos de sucesso económico e correlativos benefícios materiais associados à prática de uma actividade que se desenvolvia num contexto empresarial, que se empenhava na produção industrial de jornais e que procurava vender a maior quantidade possível desse seu ‘produto’. Melhor: de dois ‘produtos’ diferentes e, também eles, nem sempre harmonizáveis.

Com efeito, a expansão da imprensa no novo contexto de economia de mercado, aliada à vontade da sua distribuição ao maior número possível de pessoas por um preço cada vez mais baixo, fez com que as receitas da empresa informativa passassem a ser cada vez menos as da venda directa do seu ‘produto’ primário – o jornal, as notícias – e cada vez mais as do seu ‘produto’ secundário entretanto desenvolvido a par daquele – a publicidade, os anúncios. Assim se foram afirmando as especificidades de uma autêntica indústria que, tal como a conhecemos hoje, se destaca por duas curiosas particularidades: por um lado, trabalha e transforma uma matéria-prima (a actualidade, os eventos, as informações e opiniões prestadas por fontes diversas) que lhe é disponibilizada gratuitamente e que tem, no seu balanço, um “custo zero”; por outro lado, as receitas que obtém do seu negócio não advêm, no essencial, da venda do seu produto/serviço primário e definidor, mas de um produto/serviço lateral, complementar, que basicamente utiliza o anterior como veículo privilegiado de acesso aos potenciais consumidores²⁸.

Quer isto dizer que uma empresa informativa produz e distribui informação, mas, por assim dizer, oferece-a aos seus clientes, não a vende; em contrapartida, vende um outro produto não informativo (ou em que a componente informativa está subordinada a intenções persuasivas e promocionais junto de potenciais consumidores), chamado publicidade, com o qual se financia e do qual espera obter lucros²⁹. Parece ficar, assim, na

²⁸ Isto é verdade para os jornais (que, no caso português, obtêm apenas entre 30 e 40% do total das suas receitas a partir da venda de jornais, conseguindo 60 a 70% dos proveitos na venda de publicidade) e é ainda mais verdade para as rádios e televisões comerciais funcionando em sinal aberto, cuja recepção e consumo são totalmente gratuitos e que, portanto, dependem a 100 por cento das receitas publicitárias.

²⁹ Há, naturalmente, alguma relação entre os dois domínios: mais do que vender espaço ou tempo para publicidade, a empresa jornalística “vende” aos anunciantes a sua ligação a uma audiência que soube conquistar (por força do seu

posição melindrosa de ter de servir adequadamente não um cliente, mas dois: o cidadão que lhe adquire o jornal (ou escuta a rádio, ou vê a televisão) para se informar sobre a actualidade, e o anunciante que lhe compra espaço ou tempo para publicitar os seus produtos. Esta difícil exigência de simultaneamente “servir a dois senhores” era já apontada por Max Weber numa conferência proferida em 1910, onde, sem prejuízo de reconhecer os enormes benefícios da imprensa (“Que seria a vida moderna sem o carácter público específico criado [*engendré*] pela imprensa?”), alertava:

Para examinar a imprensa de um ponto de vista sociológico, é fundamental constatar antes de mais que ela é necessariamente, nos nossos dias, uma grande empresa privada capitalista, mas igualmente que ela ocupa neste aspecto uma posição muito particular, pelo facto de ter, ao contrário de qualquer outro comércio, duas categorias de ‘clientes’ completamente distintas: há de um lado os compradores de jornais (...) e de outro lado os anunciantes, e entre estas duas categorias de clientes existem relações diversas [*rapports changeants*] e curiosas (Weber, 1910/1992: s/p).

Diferentemente do que sugerem certas opiniões mais radicais, não nos parece forçoso que este carácter dúplice seja, só por si, impeditivo da prossecução dos seus objectivos informativos e, ao contrário, a mergulhe numa dependência inultrapassável das pressões comerciais, directas ou indirectas, advindas de quem lhes garante a sobrevivência económica e os eventuais lucros do negócio. As relações entre estes dois pólos não são simples, unívocas e lineares.

Convirá não esquecer, desde logo, que foi a possibilidade de obtenção de receitas substanciais no mercado da publicidade que permitiu aos *media* serem disponibilizados, ainda hoje, a públicos vastos por um preço muito inferior ao seu custo real, quando não até oferecidos gratuitamente. Além disso, os interesses específicos dos dois tipos de clientes da empresa mediática não só não são sempre conflitantes como até, por vezes, se adequam bem uns aos outros: a independência informativa de um jornal traz-lhe um capital de credibilidade e de confiança públicas que o transformam num veículo especialmente apetecível para a propagação de mensagens publicitárias eficazes, independentemente de os seus critérios editoriais se identificaram mais ou menos com as opções pessoais ou políticas dos anunciantes. O sucesso de uma componente anda não raro associada ao sucesso da outra: um jornal é tanto mais vendido e tanto mais influente quantos mais anúncios tem, e tem tantos mais anúncios quanto mais vendido e mais

labor editorial) e que tem um valor tanto maior quanto mais alargada é, seja em termos geográficos, seja em termos de estratos sócio-económicos. Daí a tão intensa luta pelas audiências, sobretudo nas televisões comerciais, pois a sua maior ou menor dimensão e especialização acabam por ter uma tradução directa nos preços cobrados pelas mensagens publicitárias.

influyente se vai fazendo. Daqui decorre, aliás, que os riscos de contaminação de uma área por outra (sejam os da submissão dos critérios jornalísticos de escolha e tratamento das notícias a meros critérios económicos decorrentes das pressões de anunciantes, sejam, inversamente, os de prossecução de uma estratégia editorial completamente alheada das reais preferências e expectativas dos seus públicos-alvo) ameacem mais as empresas mediáticas em situação económico-financeira precária do que as que se afirmaram no mercado com suficiente solidez e podem, por isso, actuar com independência de facto. Para isto aponta Hanlin ao afirmar que “a sobrevivência da imprensa como uma instituição democrática depende da sua sobrevivência como uma indústria” (cit. em Aznar, 2005a:73).

Não obstante, decorrem alguns desafios desta situação que foi enformando o exercício da actividade jornalística nas sociedades modernas e que, a um primeiro olhar, parece conter uma contradição nos termos: a de um **serviço público**, com o que isso significa de lógica desinteressada e altruísta, fornecido no essencial por **empresas privadas**, naturalmente tributárias da lógica do mercado e legitimamente empenhadas em ganhar dinheiro com a sua actividade:

Os meios de comunicação não são agrupamentos altruístas de profissionais com o único fim de informar correctamente acerca do que acontece. São empresas com desejo de lucros ou, pelo menos, com a intenção de ir sobrevivendo, empresas que devem responder, como qualquer outra, ao objectivo prioritário de maximizar os seus benefícios (Camps, 1995: 60).

E se as pressões directas advindas dos anunciantes nem sempre são o principal problema, elas podem sentir-se indirectamente de outras formas, pois qualquer meio de comunicação sente que a maior afluência de publicidade ‘recompensa’ com as suas receitas os que conseguem maior difusão no mercado. Este efeito da publicidade pode favorecer a “homogeneização da oferta” mediática e “é tão poderoso que costuma condenar ao desaparecimento os *media* que não satisfazem estas procuras generalizadas” (Aznar, 2005a: 85), com um risco evidente: “A pluralidade de vozes no mercado não parece depender de que haja *algo a dizer* num certo meio, mas de que haja *algo a vender* através dele” (*ibid.*: 86, realce do autor).

Este efeito de homogeneização tem conduzido, por outro lado, a uma progressiva mimetização dos jornais por relação com os *media* audiovisuais, e sobretudo a televisão (Ramonet, 1999), dado o seu enorme impacto junto de vastíssimos auditórios, contribuindo para um certo ‘nivelamento por baixo’ da oferta informativa e pagando tributo ao que é hoje conhecido como “informação-espectáculo” ou, mais particularmente, a formas variadas do chamado *infotainment*.

3.2. - Pressão das fontes e pressão das audiências

A configuração empresarial típica de uma economia capitalista, em regime de mercado aberto, que ao longo do século XX se generalizou na indústria de *media*, introduziu, assim, uma condicionante importante no trabalho jornalístico, sendo que o desenvolvimento do “jornalismo de informação”, tal como o conhecemos hoje, trouxe uma outra condicionante. Como fez notar Padioleau (1976),

[a] comunicação é uma situação de interacção, no sentido em que deve ser vista como um processo complexo de encontros, de trocas e de fluxos de influência em que se interpenetram mecanismos de adaptação e de regulação entre actores (Padioleau, 1976: 256).

Especificamente, um sistema de comunicação de massas é regulado por “dois circuitos de trocas, ou mercados” – o da “produção” e o da “difusão” (*ibid.*: 257). No primeiro, que actua do lado da oferta, estão implicados essencialmente os emissores, entendidos em sentido lato (ou seja, tanto os jornalistas enquanto produtores da informação, como as fontes a que recorrem); no segundo, que actua do lado da procura, quem interage com os produtores e difusores da informação – jornalistas e empresas jornalísticas – são basicamente os receptores, os clientes (ou seja, o público a quem a informação é destinada e os anunciantes que utilizam espaço publicitário nos *media*). Comum a ambos os circuitos de trocas é o trabalho jornalístico, no contexto da sua empresa, e que, portanto, recebe influências – ou potenciais constrangimentos – tanto de montante como de jusante da sua actividade.

A jusante, como temos estado a ver, esse trabalho não pode deixar de considerar em alguma medida a necessidade de servir bem uma audiência vasta, sob pena de pôr em risco a própria base económica imprescindível à sua sobrevivência. A montante, vê-se também condicionado pelas fontes informativas às quais tem obrigatoriamente de recorrer e que, sobretudo nas décadas mais recentes, foram adoptando métodos muito sofisticados e persuasivos para ‘marcarem a agenda’ dos noticiários e, mais que isso, influenciarem os ângulos de abordagem e as interpretações jornalísticas nas matérias que lhes dizem respeito.

Diversos autores estudaram já as relações complexas e multidimensionais que se estabelecem entre jornalistas e fontes (cf. Gans, 1980; Ericson, Baranek & Chan, 1989; Schlesinger, 1992; Santos, 1997; McNair, 1998; Pinto, 2000b; Chaparro, 2001; Manning, 2001), tornando evidente o facto de que esta interacção comercial contribui, à sua medida,

para fazer com que as notícias sejam umas e não outras, e para que certas notícias sejam como são e não de outro jeito. Se o jornalista escreve **para o seu público**, não é menos verdade que por vezes – particularmente nos casos do jornalismo mais especializado ou dos profissionais “acreditados” junto de instituições públicas (cf. Gans, 1980) – escreve também **para as suas fontes**, com isso procurando não só satisfazer eventuais expectativas delas como, sobretudo, manter abertos canais que lhe tragam futuramente vantagens competitivas no acesso a informação qualificada³⁰.

Daqui decorre que o trabalho tendencialmente livre e desinteressado do profissional do jornalismo se debate, no contexto concreto da sua prática tal como modernamente a conhecemos, não só com os consabidos constrangimentos organizativos, industriais e laborais decorrentes da sua situação de assalariado numa ‘fábrica de notícias’, mas também com os constrangimentos ligados às múltiplas interacções em que a sua prática se inscreve, a montante e a jusante da actividade:

[A] produção jornalística é incompreensível se nos referirmos apenas quer à mensagem do jornalista, quer às condições económicas e sociais da sua fabricação; é preciso tomar em consideração o jogo das interacções que ligam os produtores entre si, os produtores com as fontes de informação e os produtores com os destinatários *múltiplos* das mensagens (Padioleau, 1976: 268, realce do autor).

Não é forçoso, contudo, que a infra-estrutura empresarial ou as exigências da economia de mercado firam de morte os propósitos jornalísticos de serviço à comunidade. Como diz Aznar (2005a: 71), “entre o mercado e a selva, por muito que se empenhem alguns, há, e deve haver sempre, diferenças substanciais”.

³⁰ Esta necessidade de ‘cultivar’ as fontes e de manter com elas um relacionamento de abertura e confiança é especialmente notória no jornalismo especializado, onde o jornalista precisa de evidenciar a sua competência (também) técnica no manuseio das matérias em questão, sabido como é que os *experts* dessas matérias costumam ser bastante sensíveis à ignorância ou à tendência de excessiva vulgarização de muitos profissionais da informação. No estudo aqui referido, Padioleau (1976) fez uma interessante análise do trabalho de jornalistas franceses especializados em temáticas de educação, pondo em evidência que eles não só cultivam a “**retórica da objectividade**” comum à generalidade dos jornalistas (tal como estudada por Tuchmann (1972/1993)), mas recorrem igualmente a uma “**retórica da expertise crítica**” que lhes permite, mais do que qualquer outra, afirmarem-se junto das suas fontes especializadas (e também junto dos pares) como interlocutores de nível ‘apropriado’ e, como tal, merecedores de confiança pessoal e profissional. A vantagem de conseguir, por esta via, uma certa autoridade profissional junto de leitores mais exigentes e das fontes mais qualificadas da área de especialidade em questão é contrabalançada, entretanto, pelo risco de se perder uma visão mais global do processo informativo, encerrando-o num “nicho de mercado” só acessível a uns quantos – precisamente aos *experts*, de cujo grupo restrito o jornalista especializado procura, afinal, ser considerado parte. Este é um ponto habitualmente referido no debate recorrente sobre ‘custos e benefícios’ da especialização jornalística que tanto se desenvolveu nas últimas décadas.

3.3. - A responsabilidade social dos media

A busca de um ponto de equilíbrio entre os pólos intelectual e comercial da actividade jornalística (ou entre a prestação generosa de um serviço público e a procura interessada de um benefício económico empresarial) conduziu a dois tipos de caminhos.

Por um lado, o próprio Estado decidiu assumir, em certas circunstâncias – muito ligadas ao contexto da Europa –, a disponibilização desse serviço à comunidade, no pressuposto de que se tratava de um bem essencial para os cidadãos, um pouco à semelhança de outros bens materiais que procuravam já oferecer-se com carácter universal, independentemente das posses dos seus usufrutuários: a saúde, a educação escolar, a segurança social. Foi assim que nasceu o serviço público de rádio e televisão³¹ (que teve como pioneira a BBC na Grã-Bretanha, em 1926, e cujo exemplo foi depois seguido não só na Europa como em noutras latitudes), desejoso de subtrair a oferta de **informação** – de par com a **formação** e algum **entretenimento**, pois desta trilogia se compunha a carta de intenções de todo o serviço público de radiodifusão – à exclusiva lógica do mercado e à subsequente pressão de conquista de audiências e de sucesso económico. Tratou-se de uma iniciativa relevante na generalidade dos países europeus, pois normalmente ela é até tratada com dignidade constitucional (Christians & Nordenstreng, 2004: 8), justificativa da situação de excepção face ao enquadramento legal vigente – em regra, o de um mercado livre e aberto à concorrência em todos os sectores.

Esta via alternativa prosseguiu até aos dias de hoje, de modo bastante desigual conforme os países, e com uma decrescente importância no espaço mediático, dadas as tendências de desregulamentação e liberalização do sector, e dada também a progressiva contestação tanto económica como, sobretudo, político-ideológica de que foi sendo alvo: nos finais do século XX, multiplicavam-se as vozes que punham em dúvida a bondade e a eficácia do Estado na oferta de um serviço público de radiodifusão que tendia a acumular prejuízos e que, se escapava às pressões ‘selvagens’ de um mercado aberto e

³¹ A posse pública de meios de comunicação social confinou-se, nos regimes democráticos ocidentais (e com a importante excepção dos EUA), quase sempre apenas à rádio e televisão, quer porque se tratava de suportes que utilizavam uma infra-estrutura física tipicamente pública (o espaço hertziano), quer porque a sua criação e manutenção implicavam custos muito elevados (acessíveis, portanto, a poucos), quer ainda porque, dadas as suas possibilidades de difusão massiva, garantiam à partida uma abrangência tendencialmente universal para o país em causa. Casos houve, como em Portugal, em que o Estado deteve também órgãos de imprensa escrita, mas normalmente por períodos passageiros ou por circunstâncias conjunturais (a nacionalização indirecta de jornais por via da nacionalização de conglomerados empresariais que os possuíam).

concorrencial, nem sempre escapava do mesmo modo às tentações governamentais do seu aproveitamento político, com consequências no pluralismo informativo que lhe deveria ser inerente (cf. Pinto *et al.*: 2005). Apesar disso, o serviço público de rádio e televisão foi resistindo – embora coabitando progressivamente com o sector privado e vendo diminuir acentuadamente a sua margem de influência –, tendo assegurado algum papel moderador como contraponto à agressividade crescente de um campo cada vez mais dominado por fortíssimos grupos económicos transnacionais com interesses muito diversificados.

Por outro lado, foi ganhando corpo a doutrina que estabelecia que, apesar do seu enquadramento empresarial, a actividade jornalística não era apenas mais uma actividade económica semelhante a qualquer outra mas, pelo contrário, lidava com um bem e tinha uma incidência que acarretavam uma particular responsabilidade social. Daí que também a própria empresa jornalística não pudesse ser considerada como uma empresa igual a qualquer outra – Lara (1995: 47) refere-se a ela como uma empresa “supraeconómica”, porque “fundamentalmente uma empresa política, intelectual e cultural”, embora obrigada, para sobreviver, a submeter-se “como todas as empresas” às leis do mercado.

O momento mais marcante desta chamada de atenção foi, como vimos atrás, a publicação nos EUA, em 1947, do célebre relatório da Comissão Hutchins – “*A Free and Responsible Press*” – por muitos considerado o episódio seminal da chamada “**teoria da responsabilidade social**” da imprensa³², como veio a ser designada e explicitada em 1956 por Siebert, Peterson & Schramm na celebrada obra “*Four Theories of the Press*” (1956), a par de outras três teorias que, em seu entender, caracterizavam as opções seguidas pelos *media* em diferentes contextos históricos e socio-políticos: a “**teoria libertária**”, a “**teoria autoritária**” e a “**teoria comunista soviética**”³³.

³² Nem todos os autores concordarão com esta opinião, como é o caso de Christians & Nordenstreng (2004) que, sem retirarem importância ao trabalho da Comissão Hutchins, recordam que movimentos e preocupações semelhantes podem ser encontrados noutros países, designadamente europeus (a aposta num serviço público de radiodifusão seria disso um bom exemplo), onde, de resto, se mantém ainda hoje “muito vivo” o espírito da doutrina da responsabilidade social. Nesse sentido, afirmam, “a Comissão Hutchins não é um marco histórico [*landmark*] americano para o mundo emular, mas uma variante americana da necessidade existente nas sociedades democráticas de se desenvolver uma filosofia adequada e um conjunto de políticas para a imprensa” (Christians & Nordenstreng, 2004: 4).

³³ Na introdução à sua obra, os autores sublinham que, em boa verdade, há apenas duas teorias básicas da imprensa, desde que se iniciou a comunicação de massas: a autoritária e a libertária. Nesse sentido, a teoria comunista soviética seria apenas “um desenvolvimento” da primeira, enquanto a teoria da responsabilidade social seria apenas “uma modificação” da segunda (Siebert, Peterson & Schramm, 1956/1963: 2). No entanto, como uma e outra foram assumindo algumas particularidades importantes e chamando a atenção para novos aspectos, entenderam proceder a este desdobramento tipológico, sem no entanto deixar de salientar as suas inter-relações. Refira-se, entretanto, que esta obra marcante é, em alguma medida, indissociável do período histórico, cultural e político em que nasceu – o pós-guerra, a “guerra fria” – e, portanto, merecedora de alguma re-leitura à luz dos

3.3.1. - A dupla lealdade do jornalista

O propósito central desta invocação de uma responsabilidade social específica dos *media* tal como foi apresentada pela Comissão Hutchins era, precisamente, conseguir que a imprensa não se submetesse às pressões nem políticas (do governo) nem económicas (do negócio) e, pelo contrário, servisse mais global e claramente a sociedade:

Uma informação socialmente responsável é definida pelos seus deveres para com a comunidade. (...) A mais importante missão da comunicação de massas é, de acordo com a Comissão [Hutchins], elevar os conflitos sociais desde níveis de violência e vulgaridade até ao nível da discussão pública (Christians & Nordenstreng, 2004: 4).

Para fazer isto, os *media* deveriam, segundo a Comissão, preencher cinco funções essenciais: (1) proporcionar ao público “um relato verdadeiro, abrangente e inteligível dos acontecimentos do dia num contexto que lhes dê sentido”, (2) funcionar como “um fórum para a troca de comentários e críticas”, (3) dar “um quadro representativo dos diferentes grupos que constituem a sociedade”, (4) ajudar à “apresentação e clarificação dos objectivos e valores da sociedade” e (5) assegurar “total acesso à inteligibilidade do dia” (cit. em Siebert, Peterson & Schramm, 1956/1963: 87-91). Tudo preocupações que, com o forte desenvolvimento económico e o crescente dinamismo empresarial do pós-guerra, se arriscavam a ficar cada vez mais em segundo plano face à sedução imparável dos meios de comunicação como um negócio altamente rentável.

Estas preocupações foram fazendo o seu percurso e recebendo, inclusivamente, algumas actualizações decorrentes da pressão política e económica ainda mais intensa nas décadas finais do século XX, em virtude das tendências no sentido da globalização que, além do mais, tornaram bem patente o enorme fosso entre países desenvolvidos e países pobres, com incidência também nos fluxos informativos, sua prevalência e controlo. É neste contexto que surge em 1977/1980, sob os auspícios da UNESCO, o conhecido “*Relatório MacBride*”, reclamando (como dizia o seu título) “*Uma nova ordem mundial da informação e da comunicação*” e apontando um conjunto de exigências que, em boa parte, se diria quase “retiradas directamente do Relatório Hutchins” (Christians &

desenvolvimentos contemporâneos, em especial o desmoronar do bloco soviético ilustrado pela queda do muro de Berlim, em 1989, e o fim da dita “guerra fria”. Daí a nossa chamada de atenção para a obra colectiva surgida em 1995 e editada por John C. Nerone, intitulada precisamente “*Last Rights – Revisiting ‘Four Theories of the Press’*”, onde simultaneamente se aponta o que daquela permanece e o que dela pode merecer novas reflexões e elaborações. Os seus autores, aliás, explicam que o título escolhido, “*Last Rights*”, faz um intencional jogo de palavras com a expressão inglesa “*Last Rites*” – que designa o sacramento católico da extrema-unção – e o próprio termo “*last*” não esquece o seu duplo sentido, quer enquanto adjectivo a significar “últimos”, quer enquanto forma verbal a significar “duradouros”, “que permanecem” [*lasting*] (Nerone, 1995: xi).

Nordenstreng, 2004: 6). Em todo o caso, servia para mostrar como as preocupações enunciadas na década de 1940 se mantinham vivas e actuais – porventura mais vivas e actuais ainda do que nessa época. O facto de a mensagem essencial da Comissão Hutchins ter sido, quarenta anos mais tarde, “reescrita por uma Comissão verdadeiramente internacional” (*ibid.*: 7) é a melhor homenagem que se pode prestar ao seu labor pioneiro.

Inscribe-se neste cenário a ideia, largamente partilhada na generalidade das democracias ocidentais, de que a actividade dos *media* merece medidas especiais de protecção e de regulação pública, beneficiando também, em geral, de algumas prerrogativas legais – e até de apoios materiais – que procuram fazer jus à importância e à sensibilidade do serviço que prestam. A contrapartida é, da parte das empresas, a assunção da sua particular responsabilidade social e ética – que, insista-se, nem sempre deve ser vista como um fardo ou um constrangimento para a liberdade do negócio, pois o seu contributo para uma imagem positiva e credível junto dos públicos lhe dá um crédito e um reconhecimento que são também factores de potencial sucesso. É o que sugere a célebre frase da investigadora espanhola Victoria Camps de que “a ética vende” (Camps, 1995: 53), chamando a atenção para o facto de que também há um uso (ou um aproveitamento) “estratégico” da ética como componente de *marketing* em empresas cuja prosperidade depende muito da confiança que conseguem estabelecer com os seus clientes.

Uma das contrapartidas que as empresas informativas têm de garantir em virtude do seu estatuto particular é a aceitação de que uma parte substancial dos seus trabalhadores – os jornalistas – gozem de especiais condições de autonomia e condicionem os seus deveres de lealdade e obediência, típicos de qualquer estrutura empresarial, a uma lealdade e uma obediência superiores: a que devem à sociedade, com a qual em última instância se comprometeram e à qual, em definitivo, devem prestar contas. No plano dos princípios e até do enquadramento legal, o jornalista-assalariado, para além da responsabilidade que assume perante o patrão que o contratou e lhe paga o ordenado, está sobretudo obrigado a guiar-se pelas normas próprias da sua actividade profissional, traduzidas frequentemente em códigos de conduta ou códigos deontológicos cuja jurisdição, por assim dizer, passa acima da jurisdição empresarial. O que parece bastante claro no plano dos princípios, porém, nem sempre se torna fácil na prática.

Se a actividade da informação nas sociedades contemporâneas se reparte, por vezes dramaticamente, entre dois pólos mais ou menos conflituais (o intelectual e o comercial), se a empresa informativa está, ela própria, dividida pela premência de servir bem a dois clientes nem sempre de acordo quanto às suas pretensões (os leitores e os

anunciantes), também os jornalistas acabam por ter de “servir a dois senhores” e por assumir o ónus de uma dupla responsabilidade, traduzida numa dupla lealdade: perante o patrão que lhes garante um emprego e uma remuneração, e perante a sociedade como um todo, a quem são supostos assegurar a efectivação de direitos tão fundamentais como são o direito à informação, o direito à liberdade de expressão, o direito à participação consciente e crítica na gestão da coisa pública, o direito ao escrutínio das instituições do poder. Ou seja, o jornalista vê-se repartido por esta “ambiguidade essencial” de ser, ao mesmo tempo, “funcionário da humanidade” e “funcionário de uma indústria” (Garcia, 1995: 371). E, sabendo embora entre qual das lealdades deve escolher no caso de elas divergirem ou conflituarem, o jornalista concreto, num momento concreto e numa situação concreta, vê-se não raro prisioneiro de dilemas difíceis, pressionado por circunstâncias económicas, políticas, pessoais ou grupais que quase parecem tornar utópica a fidelidade àqueles valores e normas proclamados como alicerces fundadores (e, é bom frisar, legitimadores) do seu profissionalismo.

Isto reenvia-nos, ainda e sempre, para a ‘ambiguidade original’ de uma profissão muito desenhada segundo os cânones da profissão liberal como ideal-tipo mas que, quase desde os seus inícios, é exercida no contexto genérico de uma relação patrão-assalariado típica de um enquadramento empresarial tradicional. E que, por isso, torna especialmente complicado o cabal cumprimento, por parte dos jornalistas, desse atributo típico das profissões ideal-típicas que é a prestação de um serviço de modo desinteressado, altruísta e votado ao bem público, acima de quaisquer “bens” privados.

3.3.2. - O Estado, o Mercado – e a Sociedade

As dificuldades decorrentes deste jogo múltiplo de forças que envolvem, e tendencialmente condicionam, a actividade da comunicação social têm levado, nos últimos anos, a que se olhe com redobrada atenção para o elemento desta equação em nome do qual tudo se faz mas que frequentemente fica de certo modo esquecido, ou pelo menos não tem o protagonismo devido: o público. Ou seja, os leitores / ouvintes / espectadores, as pessoas, os cidadãos, o conjunto da sociedade para quem invocadamente trabalham, e a quem pretendem servir, os órgãos de comunicação social – e, neles, os profissionais qualificados que são os jornalistas.

Durante décadas, o debate sobre os *media* tendeu a girar em torno de uma ‘equação a duas incógnitas’ apenas – o **Estado** e o **Mercado** –, tendo sido o primeiro o terreno preferencial das reivindicações políticas e legais pela liberdade de expressão e de imprensa

e, depois, das disputas em torno de uma maior ou menor acção reguladora, enquanto o segundo foi o palco do desenvolvimento de uma comunicação de massas que depressa suscitou também preocupações quanto aos constrangimentos económicos da actividade mediática e à eventual subversão dos seus propósitos mais nobres. Cada vez mais, entretanto, se vem sentindo a necessidade (e a justeza) de acrescentar ao debate uma terceira ‘incógnita’: a da **Sociedade**, o conjunto das pessoas em nome das quais trabalham os *media*, e cujas expectativas de participação no espaço público não se esgotam no papel de **eleitores** (que apenas votam periodicamente para escolher os seus representantes na gestão política do Estado) ou no seu papel de **consumidores** (que apenas escolhem comprar este ou aquele produto informativo disponibilizado pela economia livre e concorrencial do Mercado), mas que, na qualidade de **cidadãos**, têm uma palavra a dizer no acompanhamento regular de uma comunicação social destinada a servi-los. Este é um imperativo especialmente claro no que respeita ao serviço público, designadamente de televisão, como faz notar Pinto (2003), antes de sublinhar que “quer o Estado quer o Mercado não são fins em si mesmos, mas, antes, meios para a Sociedade realizar os seus objectivos” (Pinto, 2003: 42-43):

Depois de uma primeira fase em que o Estado foi o único actor em presença no panorama televisivo; depois de uma segunda fase, aquela em que temos vivido, em que dois actores – o Estado e o Mercado – têm hegemonizado o palco, propomos o lançamento de uma terceira etapa, que possa ser marcada pela participação dos cidadãos nos decisivos debates sobre as políticas de comunicação e informação e sobre os destinos do audiovisual enquanto terreno privilegiado do exercício da cidadania. Esta nova etapa remete para um modelo em que Estado e Mercado, nas suas respectivas funções e performatividades, dialogam, de forma visível e institucionalizada, com os cidadãos, isto é, prestam contas à Sociedade (Pinto, 2003: 42).

Se toda a actividade da comunicação social configura, em alguma medida, a prestação de um autêntico serviço público, então a sua responsabilidade directa para com os cidadãos não deve também ser iludida, até porque é nela, e só nela, que pode fazer assentar a legitimação do seu poder. Embora se possa facilmente constatar que o público está, actualmente, “fora do processo de funcionamento dos *media*”, o certo é que “em nenhum caso ele está, ou pode considerar-se, fora do processo da comunicação social” (Aznar, 2005b: 25). Como depositária real do direito de todos à liberdade de expressão, e como instrumento decisivo para a “livre formação de opinião” que é “o valor fundamental da democracia” (Nordenstreng, 1997: 18), a comunicação social preenche uma função que não pode ver-se apenas como uma ‘distribuição de cima para baixo’ de informação a destinatários longínquos e passivos. Com efeito, ela deve ajustar-se, hoje mais do que nunca, a um triplo objectivo, para usar a subdivisão proposta por Nordenstreng (*ibidem*):

de **informação** (toda a necessária para que o cidadão seja capaz de formar opiniões de modo livre e independente), de **crítica** (traduzida no acompanhamento e escrutínio dos diversos poderes) e de **fórum** (garantia de acesso e de voz pública a todos os pontos de vista existentes na sociedade).

Algumas iniciativas que, em anos mais recentes, têm vindo a desenvolver-se nos *media* (independentemente de se ter dúvidas sobre se radicam mais em genuínas preocupações quanto à cidadania ou em subtis operações de *charme* com propósitos comerciais) evidenciam esta crescente atenção: abertura de mais espaços de participação livre dos leitores / ouvintes / espectadores, alargamento dos canais de potencial interactividade entre os jornalistas e os públicos, criação de colunas ou rubricas de monitorização e crítica dos *media*, estudos de opinião que procuram conhecer melhor as expectativas do público, adesão a instrumentos de auto-regulação (como o Provedor do Leitor) que dão voz activa aos leitores, etc. É, afinal, o próprio modo de entender a liberdade de expressão que se vai questionando e enriquecendo para além de uma espécie de auto-apropriação exclusivista dela por parte dos *media*:

A imagem de uns *media* auto-suficientes e de um público a receber informação despejada lá de cima está a ser substituída por uma nova imagem de uns *media* que concretizam a democracia e os direitos humanos e de uma sociedade de cidadãos que discute os assuntos. O cidadão está a mover-se das bancadas laterais [*sidelines*] para a arena (Nordenstreng, 1997: 19).

É neste contexto que também os jornalistas, enquanto profissionais – e, afinal, os artífices últimos da informação – devem encontrar os meios de exercer, de facto, a responsabilidade que lhes compete e de prestar contas por ela à sociedade.

3.3.3. - Liberdade “negativa” e liberdade “positiva”

Esta chamada de atenção para a importância do público, do conjunto dos cidadãos enquanto **sujeitos** – e não meros destinatários – do processo da comunicação social que em seu nome se desenvolve foi, de resto, um elemento nuclear na teorização da responsabilidade social dos *media* nas décadas de 1940 e 1950, quer por parte da Comissão Hutchins, quer por parte dos autores da obra “*Four Theories of the Press*”.

Um primeiro aspecto a sublinhar na nova teorização tem a ver com a mudança de ênfase do **individual** para o **colectivo**, da pessoa para a comunidade. As doutrinas liberais subjacentes à “teoria libertária” que caracterizava, tradicionalmente, o modo de encarar os

media e as liberdades de expressão e de imprensa nos EUA – veja-se o exemplo da “Primeira Emenda”³⁴ – assentava no primado absoluto do indivíduo, sustentando-se nas teses de pensadores como John Milton, John Locke, Thomas Jefferson ou o utilitarista John Stuart Mill (e, no campo da economia, Adam Smith mais a sua conhecida “mão invisível” reguladora do mercado) que, entre os séculos XVII e XIX, foram justificando a sua fé no homem como ser racional, detentor de um inalienável “direito natural” à liberdade. A verdade e a razão, defendiam genericamente, haveria de vir ao de cima no contexto de uma competição aberta num mercado livre de ideias e opiniões, não sendo necessária – e sendo até indesejável – qualquer iniciativa reguladora ou limitadora por parte dos poderes constituídos, e muito em particular do governo. Para assegurar o controlo de eventuais excessos ou ofensas de indivíduos a outros indivíduos lá estaria, se necessário, o sistema judicial, guardião dos direitos legais de todos, e nada mais que isso (a não ser, naturalmente, a consciência de cada um e a sua responsabilidade pessoal).

Filiada numa total crença na razão herdeira do Iluminismo, esta doutrina prolongava também, de algum modo, uma visão natural do mundo baseada na física newtoniana – visão que os desenvolvimentos científicos ao longo dos séculos XIX e XX vieram questionar, enquanto novas perspectivas advindas das ciências sociais abalavam o pensamento contemporâneo em múltiplos domínios. Os autores de “*Four Theories of the Press*” citam, a este propósito, um texto de Jay Jensen, datado de 1950 e revelador deste novo contexto que desafiava a solidez de princípios enquadramentos do liberalismo:

É claro que os alicerces filosóficos do conceito tradicional de liberdade de imprensa foram sendo minados pela revolução no pensamento contemporâneo. A Máquina-do-Mundo estática e intemporal de Newton foi destruída pela ideia da evolução e pelos conceitos dinâmicos da física moderna. A doutrina de Locke dos direitos naturais foi subvertida não só pela filosofia do Romantismo como pela ciência social dos nossos dias. A economia clássica do *laissez-faire* foi repudiada por muitos economistas contemporâneos, e na prática por quase todas as nações industriais modernas. A acrescer a tudo isto, a doutrina do “*self-righting process*”³⁵ de Milton foi-se tornando ultimamente mais suspeita (Jensen, *apud* Siebert, Paterson & Schramm, 1956/1963: 81).

³⁴ A célebre Primeira Emenda da Constituição americana de 1787 – uma das dez Emendas que lhe foram acrescentadas em 1791 e que, no seu conjunto, formam o chamado “*Bill of Rights*” (uma espécie de “Carta dos Direitos Fundamentais”) – defende de modo absoluto as liberdades de expressão, de imprensa, de religião, de reunião e de petição, proibindo que seja feita qualquer lei a limitá-las ou condicioná-las: “*Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances*”.

³⁵ Dada a dificuldade de tradução literal, optámos por manter no original a expressão “*self-righting process*”, que designa a ideia, central no pensamento de John Milton, de que o livre e aberto encontro das opiniões individuais era condição tão necessária como suficiente para que a verdade viesse ao de cima, numa espécie de processo espontâneo de ‘selecção natural’, expurgado de qualquer controlo ou censura, e em que as posições “certas” e “justas” (e só

É neste novo clima intelectual de fundo (associado, no caso específico da imprensa, a importantes alterações industriais e tecnológicas, a uma visão progressivamente crítica do público face aos jornais e às suas capacidades manipuladoras, e ao desenvolvimento de uma maior consciência profissional entre os jornalistas) que se inserem os trabalhos da Comissão Hutchins e que ganha forma a doutrina da “responsabilidade social” – a qual, em contraponto à perspectiva individualista liberal, começa a acentuar a perspectiva do colectivo, da comunidade. Se aquela defendia, em qualquer circunstância, a precedência do indivíduo sobre a sociedade, esta invertia os termos, sugerindo que as matérias sensíveis da liberdade de expressão e da liberdade de imprensa implicavam uma consideração de aspectos respeitantes ao todo social em que os indivíduos se integram. Nesta nova acepção, o exercício individual da liberdade transporta consigo também obrigações, ou seja, implica uma responsabilidade para com a comunidade. É o ponto para que repetidamente chamou a atenção o investigador William Hocking, um dos elementos mais influentes da Comissão Hutchins³⁶, ao defender que “inseparável do direito da imprensa a ser livre era o direito do povo a ter uma imprensa livre” (*apud* Nerone *et al.*, 1995: 97). Hocking dava, entretanto, um passo mais nas exigências feitas a uma imprensa livre: “Mas o interesse público avançou para além desse ponto: agora é direito do povo ter *uma imprensa adequada*” (*ibidem*, realce do autor). E, postos os dois em confronto, Hockings entendia inclusivamente ser **o direito do público**, mais que **o direito da imprensa**, aquele que “hoje tende a ter precedência em termos de importância” (*ibidem*).

Um segundo elemento da nova teorização, ligado com este, encara a liberdade – e em particular a liberdade de expressão, aqui em causa – não já como um **direito natural**, absoluto e irredutível, mas como um **direito moral**, que acarreta consigo um concomitante **dever**: um dever para consigo próprio, para com a sua consciência, e para com os outros, no sentido da prossecução do bem comum. Como diziam os autores de “*Four Theories...*”, invocando novamente William Hocking, um direito moral é “um valor de que eu não sou livre de desistir da mesma maneira como sou livre de desistir de um interesse pessoal” (Siebert, Peterson & Schramm, 1956/1963: 96). Até porque

essas) acabariam por sobreviver – mesmo que, temporariamente, posições “falsas” ou “erradas” ganhassem alguma aparente prevalência.

³⁶ A reputação de Hocking tinha já sido consolidada antes da sua participação nos trabalhos da Comissão Hutchins, nomeadamente em função dos estudos que publicara a propósito das teorias da liberdade e dos direitos dos cidadãos alguns anos antes. Especialmente conhecida e referida acabou por ser, entretanto, a sua obra “*Freedom of the Press: a Framework of Principle*”, dada à estampa mais tarde, já em 1947.

[s]e alguém reivindica a liberdade de expressão como um direito, reivindica-a para os outros tanto quanto para si próprio e compromete-se a respeitar o seu exercício; se prescinde de a reivindicar, enfraquece também a reivindicação dos outros (...). A liberdade de expressão não é algo que se reclame para fins egoístas. Ela está tão ligada à existência e crescimento mental do homem que ele *deve* reclamá-la. Ela tem valor tanto para o indivíduo como para a sociedade (*ibidem*, realce dos autores).

Este “dever para com a própria consciência” é, no dizer dos seus teorizadores, “a base primeira do direito à liberdade de expressão na perspectiva da teoria da responsabilidade social”, e que “logicamente precede” a sua justificação tradicional, decorrente da perspectiva liberal, com base na “utilidade” (*ibidem*). Assim, o direito à liberdade de expressão deve ser “equilibrado com os direitos privados dos outros, mas também com os interesses sociais vitais” (*ibid.*: 97). E o corolário lógico desta posição é que, se assim se pode dizer, não se é livre de não se exercer este direito: dado que a livre expressão é valiosa tanto para o indivíduo como para a sociedade, quem tenha algo a dizer **deve** moralmente dizê-lo. Era para o que apontava a própria Comissão Hutchins no relatório final dos seus trabalhos:

Se um homem tem uma ideia, ele não só deseja expressá-la; ele deve expressá-la. Deve isso à sua consciência e ao bem comum. A indispensável função de expressar ideias é uma obrigação, quer para com a comunidade, quer para com algo que está além da comunidade – digamos, a verdade (*apud* Siebert, Peterson & Scramm, 1956/1963: 97).

Esta atenção aos interesses da comunidade e ao bem comum, no que toca à liberdade de expressão, implica, complementarmente, um outro **dever**, que é o de **estar informado**. Mais uma vez ao contrário da perspectiva liberal – segundo a qual o homem tem o direito de estar informado ou de estar desinformado, conforme decida, embora a nossa fé na sua conduta racional nos faça crer que ele decidirá, livremente, informar-se –, a teoria da responsabilidade social preconiza que “enquanto cidadão activo e responsável, tem um dever para com a comunidade de estar informado” (*ibid.*: 101), cabendo-lhe, isso sim, decidir livremente de que modos específicos o fará. Porém, para poder cumprir esse dever de estar informado, o cidadão pode justamente reivindicar o direito que lhe dá substância: o **direito à informação**. Portanto, também já não basta, como tradicionalmente se pretendia, assegurar à imprensa a sua própria liberdade de expressão; há que encontrar os meios de assegurar que os cidadãos vejam preenchido o seu direito fundamental à informação adequada para participarem na vida da comunidade. O que aponta para as obrigações específicas dos *media* – e de quem deve velar pelo seu correcto funcionamento.

Tudo isto nos remete para uma terceira questão também muito presente nos alicerces da teoria da responsabilidade social e, de alguma maneira, prévia às anteriores: a do modo de entender o conceito de **liberdade**. Aqui, de novo, há um corte profundo com

as concepções associadas à teoria liberal ou libertária. Esta baseia-se num conceito de “**liberdade negativa**”, que pode definir-se como ser ou estar “**livre de**” [*freedom from*]: uma pessoa não deve ver a sua liberdade restringida ou coarctada por quaisquer constrangimentos ou medidas exteriores a ela própria. Pelo contrário, a doutrina da responsabilidade social acentuou o conceito de “**liberdade positiva**” (muito presente no pensamento de Hocking e que Isaiah Berlin viria alguns anos mais tarde, em 1958, a teorizar aprofundadamente no contexto da filosofia política), que se define como ser ou estar “**livre para**” [*freedom for*]: a pessoa deve poder dispor dos meios e das condições necessárias para atingir os fins desejados. Significa isto que não chega remover quaisquer restrições à liberdade e “deixar o indivíduo livre para tratar do seu próprio destino”, acreditando que a sua conduta racional o levará com certeza a “descobrir as leis imutáveis da natureza que governam o universo e a colocar as instituições em harmonia com elas” (Siebert, Peterson & Scramm, 1956/1963: 93). Uma liberdade assim entendida (“negativa”) é insuficiente e ineficaz, podendo até considerar-se uma “liberdade vazia”, como a que resultaria, por exemplo, de “dizer a um homem que ele é livre de caminhar sem cuidar de saber previamente se ele não é paralisado” (*ibid.*: 94).

A liberdade – olhada, repetimos, não já como um direito natural com que se nasce, mas como um direito moral que se ganha e que implica um dever tanto para si próprio como para os outros – não pode, assim, ser dissociada das condições da sua própria existência e exercício. Esta “liberdade positiva” é, segundo Nerone *et al.* (1995: 84), “o eixo conceptual em torno do qual gira a [teoria da] responsabilidade social”. E, entendida à maneira de Hocking, ela não é, portanto, um direito “incondicional”, mas algo que “envolve a necessidade de assumir e realizar deveres para além do simples interesse pessoal” (*ibid.*: 86). A referência sistemática a outros para além de nós sugere que, nesta concepção, “o indivíduo, a comunidade e a humanidade universal são interdependentes e co-substanciais” (*ibid.*: 87).

Hocking acabou por defender – e a Comissão Hutchins acolheu as suas posições, aparentemente com o estímulo de outro participante ilustre ligado às ciências da comunicação, Harold Lasswell (cf. Nerone *et al.*: 93) – que uma efectiva liberdade teria de contemplar tanto os aspectos “negativo” como “positivo”. Ou seja: “Ser livre é uma pessoa ter o uso dos seus poderes de acção (i) sem restrição ou controlo de fora e (ii) com todos os meios ou equipamentos que a acção requeira” (*apud* Siebert, Peterson & Scramm, 1956/1963: 94). Traduzido o princípio para a liberdade de **imprensa**, isso quer dizer, como defendeu a mesma Comissão, que esta deve ser **livre de** todas as restrições (embora não

esteja livre de pressões), mas deve igualmente ser **livre para** prosseguir e atingir os objectivos definidos pelo seu sentido ético e pelas necessidades da sociedade – sendo que, para o fazer, deverá dispor de “facilidades técnicas, capacidade financeira, acesso à informação, etc.” (*ibidem*).

O raciocínio prolonga-se também, naturalmente, para o domínio específico dos **cidadãos**, que merecem uma liberdade de expressão “positiva”: de pouco serve que lhes seja reconhecido o direito a expor livremente as suas ideias e pontos de vista se, depois, lhes é na prática negado qualquer tipo de acesso, directo ou indirecto, aos *media*.

Enfim, o próprio **governo** é desafiado a ir mais longe do que pretendia o liberalismo, pois já não se espera dele apenas que permita e proteja a liberdade de expressão, mas que a promova activamente, intervindo se, e quando, for caso disso. A Comissão Hutchins deixou clara a sua opinião de que o governo “deve ajudar a sociedade a obter os serviços que requer dos *mass-media*” sempre que estes, regulados por si próprios (ou seja, auto-regulados), não os prestem adequadamente, ou as iniciativas da comunidade sejam insuficientes para os assegurar. Não deixou, todavia, de alertar também para que isso seja feito de modo cuidadoso, pois “qualquer agência capaz de promover a liberdade é também capaz de a destruir” (Siebert, Peterson & Schramm, 1956/1963: 95).

3.3.4. - Da regulação pública à regulação social

Este último ponto chama a atenção para dois aspectos muito relevantes do debate em torno da teoria da responsabilidade social dos *media* – um que aponta um **perigo**, outro que sugere um **desafio**.

O **perigo** tem a ver com o facto de esta teoria, porque opera “uma reconstrução radical da relação entre os indivíduos e as comunidades, com uma nova ênfase nestas últimas” (Nerone *et al.*: 78), poder abrir caminho a derivas colectivistas que, em última instância, conduzem ou a sistemas assumidamente comunitaristas (defendidos por alguns), ou a sistemas autoritários de governação (mesmo em nome dos mais bem intencionados princípios). Nesse sentido – como, também, no facto de fazer depender certos direitos de correlativos deveres –, a teoria poderia parecer conceptualmente mais próxima de modelos do tipo do antigo regime soviético do que dos liberais a cuja tradição, apesar de tudo, quer ver-se associada. Por outro lado, a insistência na obrigação dos poderes públicos de intervirem não só para assegurar o direito legal da liberdade de expressão, mas para promoverem activamente as condições do seu exercício por parte de todos, enquanto direito moral, faz reacear cedências à tentação, tão frequente nos governos, de

intervencionismo desproporcionado e politicamente partidarizado. Foi, aliás, por causa destes receios que o relatório da Comissão Hutchins não caiu muito bem junto de vastos sectores dos *media* norte-americanos, ciosos do seu património liberal tão visivelmente corporizado na Primeira Emenda constitucional³⁷, não obstante o dito relatório tenha insistido em que as intervenções governamentais no domínio da liberdade de imprensa deveriam ser sempre leves, cuidadosas e quase em jeito de último recurso. Ainda assim, persistiram dúvidas e controvérsias, porque “embora a Comissão [Hutchins] tivesse enfatizado a auto-regulação, ela deixou aberta a porta para considerável intrusão governamental” (Nerone *et al.*, 95).

É aqui que surge, então, o **desafio** apontado: o desafio da auto-regulação. Com efeito, o pressuposto da teoria da responsabilidade social dos *media* sugere-nos que o governo só deve intervir se, e na medida em que, os próprios *media* não se mostrem capazes, ou simplesmente não queiram, garantir um funcionamento responsável, ou seja, respeitador do direito de todos à liberdade (uma “liberdade positiva”) de expressão. Em primeira instância, é a eles – neles se incluindo a empresa, o proprietário, a gestão, a direcção, mas também os profissionais, os jornalistas – que isso se pede e deles se espera. E o certo é que um exercício da liberdade tal como ela ficou aqui definida acarreta, necessariamente, uma responsabilidade entendida também como “responsividade” – como prestação de contas à comunidade a quem se serve, como *accountability*³⁸. Se esta

³⁷ O facto de a Primeira Emenda americana defender a liberdade de expressão e de imprensa em termos absolutos, impedindo mesmo que se faça qualquer lei nesse domínio, é uma garantia que também comporta uma potencial perversão. Como salienta Voakes (2000), já houve situações em que cidadãos americanos se sentiram atingidos por um uso alegadamente impróprio (em termos éticos) dessas liberdades de expressão ou imprensa, tendo recorrido aos tribunais; e casos desses levaram por vezes a que, na ausência de lei ordinária ou constitucional aplicável, o Supremo Tribunal dos EUA tenha criado jurisprudência específica – que a partir daí funciona, em termos comparativos, de facto como lei. Na prática, portanto, o princípio ‘absoluto’ da Primeira Emenda pode ir sendo subvertido pela criação de ‘quase leis’, num processo eventualmente mais arbitrário e mais contingente do que o da criação de leis pelo poder legislativo normal. Além disso, como também sugere Voakes, estas situações podem configurar uma duvidosa “transformação de uma obrigação moral num princípio legal” (Drechsel, *apud* Voakes, 2000: 32) por parte das instâncias judiciais.

³⁸ O termo português “responsabilidade” convoca, simultaneamente, estes dois significados, razão pela qual nos parece mais claro utilizar, para a segunda acepção, o termo inglês *accountability* (que alguns autores portugueses traduzem por “imputabilidade” ou por “responsividade” – cf. Santos (2001) – e autores brasileiros por “encargo” – cf. Hodges (1990)). O termo *responsibility* (“responsabilidade”) reportar-se-ia, assim, à “definição de uma conduta apropriada” por parte dos jornalistas e dos *media*, enquanto o termo *accountability* (“responsividade”) apontaria já para a “obrigação de executar” tal conduta (Hodges, 1990: 16). Dito de outro modo, e ainda segundo a formulação de Hodges (*ibidem*), *responsibility* anda em torno da questão: “quais são as necessidades sociais em relação às quais devemos esperar que os jornalistas reajam competentemente?”, enquanto *accountability* se preocupa com a questão: “como pode uma sociedade exigir que os jornalistas prestem contas do seu desempenho, tendo em vista as responsabilidades a eles conferidas?” Ou seja, não se trata de que o jornalista seja apenas “responsável” (ou “responsável por”), mas “responsabilizável” (ou “responsável para com”) – no sentido de dever “prestar contas” do seu trabalho e da sua conduta, que é, afinal, o significado para que remete literalmente a etimologia dos termos *accountability* e *accountable*.

prestação de contas é feita pelos *media* de modo sistemático, voluntário, auto-regulado, abrindo possibilidades de participação e canais de comunicação com o público, os motivos para uma intervenção reguladora externa tendem a desaparecer. E um público atento, empenhado, capaz de um olhar crítico e ciente dos seus direitos e deveres tem também aqui o seu lugar, se quer escapar ao papel passivo de mero depositário de informações ou opiniões alheias e, pelo contrário, se assume também como sujeito deste processo interactivo e dinâmico da comunicação no espaço público.

Em suma, podemos dizer que é legítimo esperar que as empresas informativas não se restrinjam à mera gestão de um negócio de mercadorias como qualquer outro e às suas múltiplas condicionantes e, pelo contrário, que elas protejam e pratiquem “os valores e as normas éticas próprios da comunicação” (Aznar, 2005a: 86), até como caminho para o reconhecimento público da sua especificidade e, conseqüentemente, para a sua valorização. Os pressupostos do pensamento liberal, que asseguram aos *media* a liberdade política de expressão e a liberdade económica de livre mercado, não podem escamotear o facto de que eles são, sobretudo no mundo contemporâneo, “um dos grandes poderes de configuração simbólica da sociedade em que vivemos” (Aznar, 2005b: 20). Assim, esses pressupostos liberais da liberdade têm de ser complementados com uma “exigência de responsabilidade aplicada à sua actividade” (*ibid.*: 23), em moldes específicos:

Não se fala aqui de controlo político mas de responsabilidade social, a partir do compromisso livre e rigoroso dos agentes sociais, ou seja, de todos nós. Uma responsabilidade que deve ser tanto individual como colectiva (*ibidem*).

E uma responsabilidade, acrescentaríamos na esteira da conceptualização de Hocking, entendida “não como um mero sobrevivente arcaico de uma era pré-científica, mas como uma parte constitutiva de uma metafísica do ser humano” (Nerone *et al.*: 87).

Quanto à “**regulação pública**” dos *media* – considerada eventualmente necessária, dentro de limites adequados, dado o tipo de bem com que lidam e o tipo de serviço que prestam –, ela deve, então, ser complementada prioritariamente com formas de “**regulação social**”, ou seja, de **auto-regulação** (e de **co-regulação**), pois só assim será possível compaginar a sua necessária liberdade e independência com “critérios e padrões éticos” ajustados “à importância do seu labor e à magnitude da sua influência” (Aznar, 2005b: 27-28). E a relevância destas últimas formas de regulação é tanto maior quando se admite que o seu sucesso e eficácia podem tornar supérfluas outras formas de intervenção do poder político – mesmo democrático – neste domínio, ou até do poder judicial. É aquilo para que aponta Voakes, ao sublinhar que “quanto mais a imprensa quiser aceitar as

responsabilidades éticas concomitantes com os seus direitos, tanto menos urgência sentirão os tribunais em se envolver na regulamentação da prática jornalística” (Voakes, 2000: 41).

Destes assuntos trataremos específica e detalhadamente no Capítulo V.

4. A exigência ética e deontológica

Intimamente ligada com a questão da responsabilidade (decorrente da prestação de um serviço de interesse público à comunidade) está a questão que, de alguma maneira, lhe subjaz e a enquadra: a da **ética**. E se há atributo ou ‘traço’ desde sempre invocado por grupos ocupacionais empenhados numa estratégia de afirmação e legitimação do seu *métier* enquanto autêntica profissão, esse é o de um explícito comprometimento ético, traduzido habitualmente num conjunto de normas de moral profissional – códigos deontológicos, códigos de conduta – cujo cumprimento deve ser vigiado e garantido, em regra, pelos próprios pares. E, neste domínio, os jornalistas não foram excepção.

4.1. - No princípio era a ética

Como deixámos patente no percurso histórico desenhado no Capítulo II, logo desde os primeiros momentos em que se esboçaram os contornos da actividade jornalística como uma actividade específica, autónoma, de características profissionais que a questão ética se fez presente, mais uma vez a exemplo do que se verificava nas profissões estabelecidas de acordo com o modelo da profissão liberal. Aliás, este atributo profissional foi muito especialmente brandido pelos jornalistas porque, ao contrário do que sucedia com outros profissionais (os médicos, os advogados...), eles quase não podiam invocar, nos seus inícios, quaisquer outros atributos tradicionalmente associados ao profissionalismo – sobretudo, não podiam invocar o de um saber específico, teoricamente sistematizado, disciplinarmente codificado e institucionalmente transmitido, desde sempre uma ‘marca’ das *professions*, por contraposição às *occupations*.

A garantia de uma conduta e de um procedimento regidos por rigorosos princípios éticos adquiria, assim, uma importância dupla:

- por um lado, elevava a actividade prosseguida pelo jornalismo – a de alimentar a sociedade com informação e com instâncias abertas de expressão e debate público

- à mesma categoria das actividades tidas por essenciais à comunidade, e em tese asseguradas pelas diversas profissões liberais;
- por outro lado, elevava também os jornalistas a um idêntico (ou próximo) estatuto profissional, com o que isso acarretava de reconhecimento e prestígio social, de possibilidade de funcionamento com autonomia e, ainda, de capacidade de gestão própria de um segmento específico do mercado de trabalho.

No fundo, o compromisso ético com determinados valores e regras de conduta que, por assim dizer, enobreceriam o *métier* funcionava como uma espécie de garante da boa prestação de um serviço público desinteressado e responsável, bem como uma espécie de contrapartida oferecida pelos jornalistas à sociedade em troca da “licença” exclusiva para ocuparem um segmento do mercado de trabalho e o gerirem autonomamente.

Da pertinência da questão ética no trabalho jornalístico, bem como dos modos como ela pode ser equacionada e enquadrada neste contexto particular, tratar-se-á com mais aprofundamento no próximo capítulo – todo ele dedicado a essa matéria. Por agora, entretanto, vale a pena notar que, tal como sucedeu com os atributos do profissional-tipo analisados nos pontos anteriores, também quanto à ética e à (auto)regulação do cumprimento das suas exigências, traduzidas em preceitos deontológicos, o percurso dos jornalistas tem sido feito de avanços e de recuos, de certezas e de dúvidas, de coerências e de contradições, podendo dizer-se que ainda hoje persistem – quer no seio do grupo profissional, bastante heterogéneo a este respeito, quer nas imagens polifacetadas que dele se construíram a partir de fora – importantes desafios por resolver. E desafios que tocam as diversas etapas do processo, desde o momento inicial da opção filosófica pela perspectiva ética julgada mais adequada (por exemplo, uma ética sobretudo “**deontológica**”, ligada a deveres e normas, ou uma ética “**teleológica**”, voltada para um fim último e preocupada com as consequências da acção), passando pelo momento da definição normativa das regras de moral profissional (a diversidade de códigos de conduta existentes é ilustrativa da multiplicidade de concepções) e terminando com a implementação de mecanismos adequados, credíveis e eficazes, para o controlo da sua observância.

As críticas a uma utilização meramente formalista e estratégica da ética não se restringem ao grupo profissional dos jornalistas. São, aliás, um dos factores mais frequentemente apontados como tendo vindo a contribuir para a erosão do prestígio associado ao profissionalismo nas diversas áreas de actividade em que ele ganhou raízes (e às quais concedeu poder, tanto simbólico como real). Por um lado, questiona-se

crescentemente até que ponto os profissionais liberais (ou afins) – eles próprios cada vez mais integrados em instituições burocráticas ligadas à administração pública ou em estruturas empresariais competindo numa agressiva economia de mercado – não vão relegando os imperativos éticos para um plano secundário, valorizando antes de tudo o sucesso material, a concorrência na carreira, a notoriedade pública. Por outro lado, é possível constatar um alargado cepticismo quanto à genuína capacidade (e até vontade) de os grupos profissionais se controlarem efectivamente nesta matéria, uma vez que as práticas concretas oriundas das mais diversas proveniências mostram como a ‘tentação corporativa’ é ainda muito forte, acabando não raro por desculpar os prevaricadores em nome de uma sensibilidade inacessível aos ‘leigos’, ou por digerir silenciosamente as falhas no círculo reservado dos pares, em nome de uma imagem pública de coesão, prestígio e credibilidade.

4.2. - Os caminhos diversos da deontologia

Embora uma conduta pessoal e profissional regida por princípios éticos não se resuma ao cumprimento de um conjunto de normas deontológicas codificadas e adoptadas em determinados contextos históricos e socio-culturais, não é menos certo que essas normas nos fornecem os elementos mais concretos para avaliarmos as principais preocupações dos diversos grupos profissionais neste domínio.

A este respeito, os códigos deontológicos dos jornalistas, que começaram por surgir nas primeiras duas décadas do século XX (embora só se tenham generalizado em meados do século, no período que se seguiu à 2ª Guerra Mundial³⁹), dão nota de uma grande diversidade de opções (Fidalgo, 1999), ilustrativa dos caminhos incipientes que a profissão trilhava em busca da sua identidade. Entre os modelos minimalistas em forma de “decálogo” – de que pode ser exemplo o actual Código Deontológico dos Jornalistas

³⁹ Blázquez (2002) e Aznar (2005a) referem um antecedente curioso e esporádico destes códigos, surgido ainda no século XVII, mais especificamente em 1690, nos EUA. O impressor Benjamim Harris, um inglês radical emigrado para as Américas, publicou naquele ano, em Boston, o jornal “*Publick Occurrences Both Foreign and Domestick*”, que alguns consideram o primeiro título de imprensa americano mas cuja periodicidade não passou além daquele primeiro e único número... Ainda assim, Harris inaugurou a sua publicação com a apresentação de uma declaração dos compromissos – éticos, podemos dizer – que assumia perante o público, entre eles difundir notícias com verdade e exactidão, evitar a propagação de falsos rumores e corrigir eventuais erros. Embora tenha sido preciso esperar mais de um século para o efectivo surgimento de códigos profissionais deste tipo, Aznar considera “importante destacar o facto de ter sido no primeiro número do primeiro jornal americano – e um dos primeiros do mundo – que se publicou o primeiro compromisso ético do jornalismo”, evidenciando como “a actividade e as suas normas nasciam ao mesmo tempo” (Aznar, 2005a: 33, realces do autor).

Portugueses, saído da revisão de 1993, e tributário formal daquela espécie de “Dez Mandamentos” adoptados, em 1938, pelo influente Sindicato Nacional dos Jornalistas de França – e os modelos que se alargam por páginas e páginas de deveres (e até direitos) profissionais, há um leque vasto de enunciados que, embora coincidam na invocação de algumas traves-mestras essenciais, deixam margem para múltiplas declinações.

Talvez por isso, também nunca foi muito fácil, apesar das tentativas já iniciadas em finais do século XIX, definir em concreto um código de âmbito internacional com cujas formulações se identificassem inequivocamente todos os jornalistas – ou, em sua representação, as diferentes organizações nacionais que os associam. Às diferenças de sensibilidade regionais ou nacionais somaram-se frequentemente – e de feição muito particular nos tempos da “guerra fria” – sensibilidades políticas decorrentes do modo de encarar o papel dos *media* na sua relação com o Estado e com o povo, associadas a teorias de matriz mais “libertária” ou mais “autoritária”, com implicações na definição dos deveres morais dos jornalistas. E embora a paisagem política e geo-estratégica se tenha modificado consideravelmente nas últimas décadas, algumas destas tensões e divergências permanecem no seio dos profissionais à escala global, como fica patente, por exemplo, no modo bem específico como os defensores do movimento do “*public journalism*” acentuam deveres dos jornalistas para com as suas comunidades que, de algum modo, reequacionam princípios fundadores do *métier* como os da objectividade, da independência ou da equidistância face a partes em confronto.

Daqui decorre, também, o desejo frequentemente manifestado por alguns profissionais e investigadores deste campo de se chegar a entendimentos sobre, pelo menos, um conjunto de princípios universais que funcionem quase como “**mínimo ético comum**”, com os quais todos os jornalistas se identifiquem e pelos quais se orientem individual e colectivamente, sem com isso verem afectadas as suas especificidades nacionais ou culturais. Por aqui passaria a identificação e assunção de uma espécie de “fundamentação universal da [doutrina da] responsabilidade social da imprensa à escala mundial” (Christians & Nordenstreng, 2004: 25), e que giraria, basicamente, em torno do respeito integral pela vida humana e pela inalienável dignidade que obrigatoriamente deve ser-lhe associada. Esta ênfase supõe, de acordo com Christians & Nordenstreng (*ibidem*), que se aponte já não só para uma “**ética do profissional**” mas, mais latamente, para uma

“**ética do cidadão**” – que o profissional também, e sobretudo, é⁴⁰. A este assunto voltaremos no próximo capítulo.

Se as coisas foram sempre um pouco heterogêneas e controversas no plano da definição das exigências ético-deontológicas da profissão, não o foram menos no plano da organização de mecanismos e instrumentos destinados a velarem pelo seu efectivo cumprimento. Aqui, como vimos no ponto dedicado ao associativismo, as dificuldades seguiram a par das hesitações ligadas ao modelo supostamente mais adequado de os jornalistas se organizarem enquanto colectivo – sendo certo que a esse colectivo seria cometida, em primeira instância, a responsabilidade essencial pela gestão e controlo dos comportamentos éticos dos pares. Aliás, a própria admissão no colectivo e correspondente acesso ‘legítimo’ à actividade (cujo controlo igualmente se reivindicou logo desde a primeira hora) fazia-se depender de exigências prévias do foro ético, como por exemplo o respeito pela incompatibilidade de certas actividades com a prática jornalística. Entre o extremo de depositar o acompanhamento das questões ético-deontológicas dos jornalistas numa Ordem Profissional (à semelhança das profissões liberais) e o outro extremo de a deixar totalmente confiada às estruturas de um Sindicato (modelo associativo típico das ocupações assalariadas), emergiram diversos modelos híbridos, conforme as sensibilidades de países e de épocas, que ainda hoje não estão sedimentados, e muito menos harmonizados. De comum, têm todos a participação dos pares, característica obrigatória de uma lógica auto-reguladora – pode afirmar-se, com Aznar (2005a: 32), que os códigos deontológicos “são o mecanismo de auto-regulação mais comum e generalizado” entre os jornalistas –, mas, mesmo aqui, nem sempre se trata de uma participação exclusiva,

⁴⁰ A fidelidade de uma pessoa a princípios éticos universais é, sublinhe-se, o estágio mais elevado do desenvolvimento moral, nos termos da célebre classificação proposta por Lawrence Kohlberg (Rachels, 2004). A partir de estudos psicológicos sobre o desenvolvimento racional e moral da criança, particularmente os de Piaget, Kohlberg sugeriu a existência de três patamares – o pré-convencional, o convencional e o pós-convencional –, apontando dois estádios em cada um deles. A gradação vai do mais baixo, o primeiro, chamado “Estádio da Punição e Obediência”, no qual o bem moral é “concebido como a obediência à autoridade” para “evitar a punição” (*ibid.*: 229), passa por estádios intermédios em que o móbil do indivíduo se articula já com os seus papéis sociais e a conformidade com os outros, e termina nos estádios em que as relações pessoais são “subordinadas aos princípios universais de justiça” (*ibid.*: 230). O quinto é o “Estádio dos Direitos Prévios e do Contrato Social”, no qual o bem “consiste em proteger os direitos, valores e acordos legais essenciais da comunidade” e o sexto é aquele em que “a plena maturidade se manifesta pela fidelidade de uma pessoa aos princípios abstractos que toda a humanidade deveria seguir” (*ibidem*). Refira-se que esta “escala de Kohlberg” tem sido utilizada para alguns trabalhos de investigação empírica destinados a apreciar as concepções e condutas específicas dos jornalistas, como é o caso dos de Coleman & Wilkins (2002; 2004).

podendo, em alguns casos, prever a inclusão de entidades alheias à profissão, no que parece prefigurar uma tendência de co-regulação⁴¹.

4.3. - *Dúvidas e hesitações do figurino português*

O caso português é bastante eloquente a propósito das dúvidas e polémicas que acompanham este assunto até hoje.

Toda a responsabilidade pelo acompanhamento e gestão das matérias do foro ético-deontológico – aqui se incluindo até a própria atribuição das carteiras profissionais – estava, até à década de 1990, exclusivamente entregue ao Sindicato dos Jornalistas (SJ), um pouco na linha da tradição francesa que conseguira, através de uma estrutura sindical forte, tão palpáveis resultados na autonomização e afirmação da profissão (ver Capítulo II). Dado que o SJ não era de filiação obrigatória, gerava-se a situação estranha de mesmo os não-sócios terem de recorrer aos seus serviços, sob pena de não poderem simplesmente aceder ao título profissional, logo, ao exercício legítimo do *métier*⁴².

Suscitada, em 1992, a inconstitucionalidade deste princípio, acabou por se transferir para uma nova entidade (independente do sindicato, presidida por um magistrado e integrando representantes tanto dos jornalistas como das indústrias do sector) a competência para atribuição, renovação, suspensão ou cassação da Carteira Profissional. Manteve-se, contudo, na órbita do sindicato – ainda que com um estatuto formal de alguma autonomia face aos seus órgãos directivos – um Conselho Deontológico, com a função de velar pela boa conduta ética dos jornalistas, e especificamente pelo cumprimento do Código Deontológico, aprovado (na sua mais recente versão) em 1993. Esta ligação, mesmo hoje mais ‘temperada’, das questões deontológicas com a esfera

⁴¹ No caso das instituições responsáveis pela outorga da carteira profissional aos jornalistas – considerada o seu imprescindível título legitimador –, há por vezes, como sucede em Portugal, um alargamento da composição a representantes das empresas de *media* e até a um juiz, aqui decerto no pressuposto de que as decisões sobre a atribuição ou cassação da carteira decorrem não só de exigências éticas e deontológicas, mas sobretudo de preceitos legais, que de algum modo transpuseram aquelas para o ordenamento jurídico do país. É o caso de algumas incompatibilidades, definidas com força de lei e consideradas hoje, na lei portuguesa, o elemento essencial na decisão sobre a atribuição, suspensão ou cassação da carteira profissional – e que, por assim dizer, se ‘juridificou’ totalmente.

⁴² Mesmo não sendo sócios do Sindicato, os jornalistas nem por isso deixavam, já então, de estar obrigados ao cumprimento do Código Deontológico da sua profissão, pois assim o estabelecia em lei o próprio Estatuto do Jornalista. Revisto este na sequência das alterações aqui referidas, manteve-se contudo, no seu artº 14º, um conjunto de deveres que todos os profissionais devem respeitar (desde logo o de “exercer a actividade com respeito pela ética profissional”), e isso, como ali é explicitamente referido, “independentemente do disposto no respectivo código deontológico”.

sindical é tudo menos pacífica, seja para os jornalistas que não são sócios do SJ mas desejam ter um órgão auto-regulador do foro ético-deontológico com o qual formalmente se identifiquem mais, seja mesmo para alguns sócios que, por razões de princípio, prefeririam ver os dois domínios completamente autonomizados. Não se trata de meras preferências pessoais, porém: a elas subjaz o problema de fundo de saber se as exigências éticas e deontológicas na actividade dos jornalistas podem ser vistas e avaliadas independentemente da sua inserção económico-laboral particular (como parecem pretender os defensores de um órgão disciplinar do tipo de uma Ordem) ou se, ao invés, o exercício da actividade num contexto empresarial, em regime de trabalho assalariado, tem implicações que não podem escamotear-se quando se trata de ajuizar sobre eventuais falhas do foro ético (como sustentam quantos defendem que este domínio deve articular-se com o domínio laboral, e portanto ficar igualmente na órbita de um Sindicato)

A par de todas estas polémicas internas, eventualmente responsáveis por alguma fragilização do Conselho Deontológico, vem-se assistindo, ao longo dos anos, a um crescendo de reparos sobre supostas derrapagens éticas e continuado desrespeito das normas deontológicas por parte dos jornalistas, tudo alegadamente debaixo de uma razoável impunidade – seja porque o “seu” Conselho Deontológico não actua tanto quanto deveria, seja porque tem os seus poderes sancionatórios limitados (e assumidamente limitados, diga-se) à pública reprovação moral dos prevaricadores⁴³. Ora é precisamente neste contexto que surge, durante o ano de 2005, a iniciativa governamental de propor alterações legais ao Estatuto do Jornalista, constituindo um dos pontos mais polémicos, como já vimos atrás, aquele que preconiza que sejam cometidas à Comissão da Carteira Profissional atribuições – de apreciação, juízo e sanção – em matérias do foro deontológico, para além da gestão dos títulos profissionais. E a justificação desta proposta sugere, precisamente, que o actual ordenamento deixaria impunes (excepção feita a alguma reprovação pública oriunda do Conselho Deontológico do SJ) os jornalistas que ofendem princípios éticos ou preceitos deontológicos – algo por cujo respeito o Governo diz sentir-se também na obrigação de velar, em nome do interesse público.

⁴³ A sanção disciplinar mais forte e mais grave que poderia ter um jornalista seria, como se imagina, a cassação da sua Carteira Profissional, sem a qual está impedido por lei de exercer a profissão. As decisões sobre esta matéria estão contudo, como atrás dissemos, cometidas à Comissão da Carteira Profissional – um órgão completamente independente do Conselho Deontológico e do próprio SJ.

Embora misturadas com algum desconforto, diversas críticas surgidas de sectores do grupo profissional ora encontraram aqui uma oportunidade para recolocarem a alternativa da constituição de uma Ordem, ora manifestaram o seu receio por verem os jornalistas desapossados de uma prerrogativa considerada central na sua estratégia de profissionalização – a de se regularem e controlarem autonomamente em matéria deontológica –, vendo aqui uma espécie de ‘auto-regulação imposta de fora’, contraditória nos seus próprios termos⁴⁴. Por curiosa ironia, os jornalistas portugueses integrados no respectivo sindicato olham agora com reservas para este protagonismo e esta capacidade de decisão/sanção que se pretende atribuir a uma “Comissão da Carteira Profissional” externa à sua agremiação, quando nos idos de 1930 foi precisamente o sindicato francês dos jornalistas a reclamar do Parlamento e do Governo que criassem uma “Comissão da Carteira” a quem se atribuísse o poder de credenciar os jornalistas ‘legítimos’ e sancionar os ‘indignos’ (ver Capítulo II).

A este assunto se voltará em páginas subsequentes. No contexto deste capítulo, onde vimos percorrendo os mais importantes ‘traços’ típicos do profissionalismo, o que importa salientar é que também no domínio da ética, pese embora a (hoje generalizada) aprovação e adopção de códigos deontológicos, os jornalistas desenvolveram um percurso ambíguo, contraditório e inconclusivo. E, no entanto, este foi um tema decisivo no processo inicial de profissionalização, como nota Aznar ao explicar a origem dos códigos nos começos do século XX:

Por um lado, uma das suas origens encontra-se na preocupação suscitada entre alguns editores e directores de *media* estadunidenses pela falta de ética de alguns jornais de princípios do século e pelo dano que causavam à credibilidade e à imagem colectiva da imprensa. (...) A outra origem, há que buscá-la na tomada de consciência dos jornalistas, também por essa época, do seu estatuto profissional próprio e dos deveres deontológicos a ele associados (Aznar, 2005a: 34).

Foi uma tomada de consciência – entretanto alargada à empresa mediática enquanto tal – que, apesar de tudo, nem sempre foi prosseguida de modo consequente na prática concreta (e institucional) dos jornalistas, sempre divididos por ambiguidades e particularidades de estatuto que não conseguiram, até hoje, resolver em definitivo. Mas a que as aceleradas mutações em curso quanto ao exercício da profissão, bem como os

⁴⁴ Sublinhe-se, entretanto, que a insistência no carácter auto-regulador da projectada e renovada Comissão da Carteira Profissional se traduziria numa composição bastante alterada, de modo a garantir que a apreciação das matérias do foro ético e deontológico ficasse exclusivamente cometida a jornalistas escolhidos para o efeito – e eles próprios cooptariam o presidente, que deixaria, assim, de ser um juiz.

constantes desafios da paisagem digital que agora a envolve podem trazer uma actualidade e uma pertinência acrescidas.

5. Síntese conclusiva

Procurámos demonstrar, neste capítulo, que o desenvolvimento de um verdadeiro **projecto profissional** levou o colectivo dos jornalistas, ao longo do seu percurso histórico, a confrontarem-se, mais ou menos deliberadamente, com os atributos ideal-típicos implicados no conceito de profissionalismo: os da dimensão **valorativa** (associativismo, autonomia, prestígio), os da dimensão **cognitiva** (saberes, competências, formação) e os da dimensão **normativa** (orientação para o serviço, responsabilidade, ética, auto-regulação), para usar a arrumação proposta por Larson (1977) e Singer (2003). Este esforço visou, de alguma maneira, valorizar intelectual e socialmente o ofício em processo de afirmação e, sobretudo, desenvolver instrumentos e argumentos susceptíveis de conseguir o seu reconhecimento e legitimação, à luz dos critérios tradicionalmente associados às *professions*.

Vimos, assim, como o empenho dos jornalistas em formas de **associativismo** serviu para irem criando um “espírito de corpo” de que careciam mas, ao mesmo tempo, tornou evidentes as suas dúvidas e hesitações quanto ao estatuto de que se sentiam mais próximos – o de profissionais à maneira liberal ou o de trabalhadores assalariados.

Vimos também os esforços continuados em identificarem e valorizarem o “saber” próprio do trabalho jornalístico, desejavelmente entendido como um **saber profissional** que, como autêntico “saber de acção”, ultrapassa a mera acumulação de conhecimentos formais ou técnicas de aplicação, e se alarga – na lógica do “modelo de competência” que explicitámos – a saberes relacionais, a comportamentos, a atitudes, a uma postura ética. Ou seja, um teórico-prático “saber”, alargado a “saber-que-fazer”, “saber-fazer” e “saber-ser”.

Vimos, depois, como as características próprias do trabalho informativo sobre a actualidade, dada a sua relevância para a vida dos cidadãos e para as suas possibilidades de participação nos destinos da coisa pública, implicam uma particular **responsabilidade social**, ligada à prestação de um autêntico **serviço público** (mesmo no contexto de empresas privadas e das inerentes regras de funcionamento de um mercado aberto).

Vimos, finalmente, que tudo isto aponta para o imperativo de uma incontornável exigência **ética** na actividade jornalística – explicitada habitualmente num conjunto de **normas deontológicas** cuja auto-regulação se promete –, entendida como compromisso perante a sociedade em nome de quem se trabalha e medida aferidora da sua efectiva legitimação.

A análise das estratégias do grupo profissional foi feita sem prejuízo de considerarmos, como atrás se disse, que uma lógica marcadamente funcionalista, subjacente à noção de profissão como o resultado do preenchimento sucessivo de uns tantos atributos, pode ser redutora e não esclarecer suficientemente os mecanismos complexos pelos quais uma ocupação procura atingir o profissionalismo – um modo de ser e de estar que se reparte entre os planos do real e do simbólico, e que decorre grandemente de uma construção ideológica, feita tanto “para dentro” como “para fora” do grupo em questão. Isso mesmo se torna mais evidente quando se constata que os jornalistas, de facto, até hoje não conseguiram preencher de modo inequívoco os critérios de uma profissão em termos ideal-típicos, mas nem por isso deixaram de ser, como hoje indubitavelmente são, definidos, encarados e tratados como **profissionais** – sendo certo que “de uma perspectiva sociológica, um aspecto-chave na definição de uma ocupação como uma profissão é o facto de a sociedade a olhar como tal”, como recorda Singer (2003: 146), invocando as ideias de autores importantes como Johnson ou Abbott. Neste contexto, parece, assim, oportuna a conclusão de que

[p]ouca compreensão acerca da evolução do jornalismo como uma ocupação pode obter-se da mera desconsideração do jornalismo como uma “verdadeira profissão”, só pelo facto de ele não ter atingido certos “traços profissionais” e não ter conseguido o monopólio no sentido estrito de obter controlo exclusivo sobre uma área particular de saber especializado [*expertise*], sobre a sua base de conhecimentos e sobre a entrada de novos membros (...). Uma compreensão mais abrangente da evolução do jornalismo e da sua configuração contemporânea pode ser atingida analisando os esforços dos jornalistas para, apesar de um conjunto de impedimentos, terem adoptado o “profissionalismo” (Elsaka, 2005: 73).

Admitindo que o processo de profissionalização é sempre um processo em alguma medida inacabado e confrontado com novos desafios – os decorrentes das mudanças contemporâneas no que toca, por exemplo, à disseminação e vulgarização do conhecimento *expert*, anteriormente confinado a instituições de acesso reservado, ou os ligados à diluição de algumas das tradicionais fronteiras entre segmentos bem fechados do mercado de trabalho – poderíamos supor que os jornalistas prosseguem este seu caminho de forma linear, ascendente, com estádios de aproximação sucessiva ao tipo idealmente definido de profissional. Não parece que seja o caso, e por dois motivos fundamentais:

- 1) Por um lado, algumas das supostas insuficiências detectadas na aproximação dos jornalistas aos ‘traços’ típicos de uma profissão não são meras decorrências conjunturais de uma evolução ainda recente e sujeita a naturais avanços e recuos mas, pelo contrário, parecem ser autênticos elementos constitutivos de uma actividade muito específica, situada frequentemente numa espécie de meio caminho entre pólos de sinal contrário que a reclamam e incapaz de (ou pouco interessada em) ultrapassar contradições ou ambiguidades de um estatuto dúplice. Um estatuto que, no fundo, parece querer conciliar o que de melhor há no modelo do profissional liberal com o que de melhor há no modelo de trabalhador assalariado; um estatuto que tanto se reclama da *expertise* do técnico como da liberdade criativa do artista; um estatuto que ora enaltece as vantagens de uma formação científica e académica sólida, ora desvaloriza, por ‘teórico’, todo o saber que não provenha da experiência concreta numa redacção; um estatuto que tanto enfatiza uma indeclinável responsabilidade individual como a dilui no peso dos constrangimentos industriais, organizativos e hierárquicos em que se exerce o trabalho; um estatuto que invoca a necessidade de escrutínio de todas as esferas de poder no espaço público, mas que tende a furtar-se a ele; um estatuto, enfim, que reivindica a prossecução desinteressada e autónoma do interesse público, mas que se reconhece cada vez mais condicionado por factores económicos, empresariais, tecnológicos ou outros, alheios aos objectivos mais nobres do direito à informação e à liberdade de expressão, quando não mesmo conflitantes com eles.
- 2) Por outro lado, os desenvolvimentos a que vimos assistindo nos novos enquadramentos de trabalho jornalístico, bem como no alargamento a novos actores da actividade informativa pública antes exclusiva dos jornalistas – uma e outra novidades advindas da generalização da Internet e do “novo mundo” do *on-line* – tornaram ainda mais difícil a definição clara e precisa do que seja, de direito e de facto, esta profissão. O caminho feito no sentido de demarcar e aprofundar as componentes básicas da identidade profissional dos jornalistas, se até à data ficou bastante incompleto, actualmente tem já de lidar com novos ingredientes que não só lançam dúvidas sobre os adquiridos do passado recente, como obrigarão até, porventura, a redefinições conceptuais mais capazes de responder às interrogações de um presente em mudança.

“*Who are these guys?*”, pergunta-se, em tom meio provocatório, a investigadora Jane Singer, dando assim título a um trabalho científico em que procurou avaliar no terreno “o desafio do *on-line* à noção de profissionalismo jornalístico” (Singer, 2003: 139). O pressuposto, aliás visível na maioria dos trabalhos de investigação ligados a este novo universo, é o de que aqui os jornalistas não são chamados apenas a continuar, embora por outros meios técnicos e outros canais de difusão, a mesma actividade que desenvolviam nos suportes tradicionais (imprensa escrita, rádio e televisão); pelo contrário, o **novo meio** é também uma **nova mensagem**, com implicações múltiplas nos saberes requeridos e mobilizados para o seu manuseio, nos padrões e formatos jornalísticos estabelecidos, nas prioridades a que há que responder, na articulação com vários domínios da esfera empresarial, na aproximação interactiva e intermutável entre emissores e receptores, etc.

E se, nos primórdios desta revolução mediática em curso, as mudanças eram de pormenor, uma vez que se pedia apenas aos jornalistas dos suportes tradicionais que ajustassem os seus diversos ‘textos’ ao novo ‘contexto’ (pouco mais que duplicando, num ecrã de computador, o jornal em papel que se mantinha como referência), tudo se modificou quando as versões *on-line* dos *media* clássicos ganharam vida própria e lógica autónoma e, mais ainda, quando começaram a surgir meios exclusivamente *on-line*. Como vimos na parte final do capítulo anterior, esta evolução complexificou-se ainda a partir do momento em que o espaço de difusão e partilha públicas de informação se tornou extremamente acessível (por fácil e barato⁴⁵) a todos, em todo o sítio e a todo o tempo, baralhando as lógicas e os critérios por que estávamos habituados a reger-nos neste campo.

Hoje em dia, estamos confrontados com uma enorme variedade de “produtores de conteúdos *on-line*” cujos trabalhos, embora desligados das estruturas mediáticas tradicionais, podem “legitimamente reivindicar-se de formas de jornalismo” (Singer, 2003: 147). Eles coexistem, entretanto, com muitos outros que claramente não o são, utilizando os novos instrumentos de difusão, em particular os *sites* e os blogues, para actividades de carácter mais individual ou grupal. No meio, surgem os que fazem um pouco de tudo, desde apresentarem os seus projectos privados a transmitirem notícias no espaço público, passando pelo comentar das notícias de outros ou pelo suscitar de debates sobre temas da actualidade. As coisas ficam ainda mais nebulosas quando se sabe que, como recorda

⁴⁵ Dando conta da extrema simplicidade com que hoje qualquer pessoa, por mais limitada que seja, pode criar o seu próprio meio de difusão global de informação, Singer (2006a: 9) refere-se aos blogues como – e a citação original, em inglês, tem uma força que perderia na tradução – “*the most foolproof format yet invented*”...

Steve Outing (*apud* Singer, *ibidem*), muitos autores de blogues são jornalistas profissionais que, para além dessa actividade da esfera pessoal alimentada em paralelo, exercem também a profissão em moldes convencionais, em meios de comunicação clássicos. A questão, portanto, está em saber por onde passam e de que elementos específicos se compõem as linhas de fronteira entre o jornalismo e outras modalidades de tratamento e difusão de informação, ou de comunicação, no espaço público contemporâneo:

[A] um nível mais profundo, as distinções-chave que estão a fazer-se nestas discussões são mais do que sobre as competências específicas [*skills*], as tarefas ou até os valores jornalísticos. Elas são sobre o que um jornalista realmente é e faz enquanto profissional reconhecido, ético e autónomo (Singer, 2003: 147).

Com base na lógica dos atributos profissionais, o que hoje se requer a quem trabalha em meios e ambientes exclusivamente *on-line* parece ir, no que à **dimensão cognitiva** respeita, em sentido diverso do das competências tradicionalmente associadas ao jornalismo. Na investigação referida, Singer constatou que em muitos desses novos *media* o profissional é menos chamado a dominar e exercitar o trabalho (tradicionalmente nuclear para os jornalistas) de *reporting* – ou seja, pesquisa e tratamento de informação em primeira mão, recolhida no terreno – e mais a organizar, reescrever ou re-ligar informações anteriormente escritas e difundidas por outrem. A isso acresce uma necessidade de domínio de mecanismos e linguagens anteriormente entregues aos departamentos técnicos (hipertexto, linguagens de programação, tratamento de som e imagem, infografia) que alarga o âmbito habitual das funções jornalísticas e, simultaneamente, torna mais complexo o cenário em que se pretenda, por exemplo, encontrar para ele uma formação académica apropriada. O processo, de resto, é ainda demasiado recente e está em pleno desenvolvimento, não sendo fácil prever como vai ficar a “arrumação” definitiva dos diferentes ofícios requeridos para esta actividade cada vez mais integrada – e onde a convergência de diferentes *media* é uma tendência aparentemente inexorável.

Também quanto à **dimensão valorativa**, e designadamente à reivindicação de um funcionamento com um adequado grau de autonomia profissional, os jornalistas neste novo ambiente são confrontados com desafios difíceis, arriscando-se a ver cada vez mais diluída essa prerrogativa no fluxo das novas exigências comerciais e empresariais. A pressão decorrente da lenta rentabilização económica dos meios *on-line* parece estar, de acordo com Singer (*ibid.*: 155), a tornar ainda mais permeáveis os tradicionais “muros” que separavam a área editorial da área comercial, conduzindo a muitas “opções comercialmente orientadas” no domínio informativo, sobretudo para conseguir

financiamentos e apoios de patrocinadores. Prova disso é o facto de, em algumas empresas do sector, os responsáveis pelos conteúdos *on-line* reportarem “aos departamentos de *marketing* ou de circulação, e não a um editor ou director editorial” (*ibidem*). Por outro lado, o facto de o jornalismo *on-line* ser olhado como uma especialidade nova e específica faz com que, aqui e ali, os requisitos para a contratação de novos trabalhadores sejam, por assim dizer, diminuídos, e as entidades empregadoras não se sintam compelidas (como nos *media* tradicionais) a recorrer a profissionais com créditos firmados. Não será por acaso que, em muitas destas situações, se verifica uma clara preferência pela contratação de colaboradores muito jovens, de estagiários, de pessoas com formação sobretudo técnica – que, naturalmente, terão uma adesão mais longínqua ao património de direitos e deveres da profissão mas, em contrapartida, serão mão-de-obra mais barata e mais funcionalizada.

O que nos leva à **dimensão normativa** – a da ética, da responsabilidade, do imperativo de serviço público desinteressado – como eventual chave para, em última análise, distinguir o exercício profissional do jornalismo de outras práticas que, lidando embora com a informação e a comunicação, não devem confundir-se com aquelas. É uma dimensão que também tem sido particularmente desafiada tanto pelos novos actores do espaço público mediático, como até pelos jornalistas ‘clássicos’ entretanto submetidos aos constrangimentos próprios dos novos *media* (onde, por exemplo, a rapidez de difusão de uma notícia se sobrepõe ao imperativo da sua confirmação, ou onde os controlos internos típicos da hierarquia de uma redacção tradicional quase desaparecem em muitas publicações *on-line*, ou só são feitos *a posteriori*, depois de o texto ter ido “para o ar”).

A situação é, pois, a de termos perante nós – apesar das indefinições atrás enunciadas – um corpo de jornalistas que se consideram profissionais e para cuja profissão consideram relevantes um conjunto de atributos, mas que vêem essa interpretação desafiada, quando não mesmo questionada, por outros trabalhadores do jornalismo, enquadrados em modelos e exigências decorrentes dos novos *media*. No entender de Singer, os jornalistas têm duas opções para encarar esta realidade: ou olham o jornalismo *on-line* como algo “distinto da comunidade profissional dos jornalistas tradicionais” (Singer, 2003: 157), demarcando-se dele – e aí ficará por resolver a questão de como servir adequadamente, em termos profissionais, “as necessidades informativas de uma sociedade cada vez mais ligada em rede” (*ibidem*); ou, pelo contrário, incorporam o jornalismo *on-line* na comunidade tradicional dos jornalistas – e aí acomodam-se acriticamente às novas e diversificadas modalidades do mercado ou, então, devem empenhar-se para que também

nesses novos ambientes as exigências essenciais do jornalismo profissional sejam levadas em consideração. Em qualquer caso,

uma cuidada exploração da sociologia do trabalho noticioso *on-line* será valiosa não só porque reforçará a nossa compreensão do jornalismo *on-line*, como também porque reforçará a nossa compreensão da profissão no seu conjunto e do seu papel em mudança numa sociedade também em mudança (Singer, 2003: 157).

Se alargarmos este campo de análise a quem, não sendo jornalista de nome ou de estatuto, trabalha de facto na recolha, tratamento, organização e difusão de informação (e opinião) num espaço público tão acessível como o que hoje temos, mais premente se torna a necessidade de identificar os elementos distintivos da actividade jornalística por relação com outras actividades da comunicação. E a circunstância de as funções tradicionalmente associadas ao jornalismo terem, plausivelmente, de ser revistas e repensadas à luz do novo quadro social, tecnológico e mediático, nem por isso diminui a relevância da tarefa – antes pelo contrário, prossegue os esforços de definição e aprofundamento de uma identidade profissional que permanecem inacabados.

A questão não é, contudo, simples – e muito menos consensual. Autores como Brin, Charron & Bonville (2004), empenhados em investigar a natureza e as transformações do jornalismo ao longo da história, sugerem que se fale apenas de **um paradigma jornalístico**⁴⁶, que assumiu quatro grandes formas caracterizáveis em termos ideal-típicos: o “jornalismo de transmissão”, o “jornalismo de opinião”, o “jornalismo de informação” e, nos nossos dias, o “jornalismo de comunicação”. Independentemente das contradições e particularidades em cada um destes “episódios na história do jornalismo” (*ibid.*: 2), os citados autores optam por pôr em relevo o que há de comum em todos eles, definindo jornalismo como uma “prática de produção, de colecta e de organização [*mise en forme*], num jornal ou noutro *media*, de discursos relativos a objectos reais de interesse público”. Ou seja: encarando o jornalismo apenas como uma “prática discursiva sobre objectos reais de interesse público” e um “prática interdiscursiva (...) de diversos discursos e de diversas fontes de discursos”, Brin, Charron & Bonville adiantam a opinião

⁴⁶ Na obra referida, Charron & Bonville (2004: 36) definem paradigma jornalístico como “um sistema normativo engendrado por uma prática fundada sobre o exemplo e a imitação, constituído por postulados, esquemas de interpretação, valores e modelos exemplares com os quais se identificam e aos quais se referenciam os membros de uma comunidade jornalística num dado quadro espaço-temporal, e que reforçam o sentimento de pertença à comunidade e servem para legitimar a prática”. Especificam, entretanto, que este “sistema normativo” é “um conjunto de regras na acepção lata que lhe dá a teoria da estruturação” de Giddens, não se resumindo, pois, às regras formais, explícitas, sejam jurídicas ou deontológicas, mas pelo contrário incorporando também as regras “informais, tácitas” (*ibid.*: 37).

de que “o carácter profissional ou especializado desta prática seria um traço contingente e não essencial”, com isso filiando as diversas formas – entre as quais descortinam “não rupturas, mas continuidade” – num mesmo e único paradigma (*ibid.*: 3-6).

Ainda em função desta lógica, a diferença entre as várias formas concretas de jornalismo teria a ver sobretudo com a diferente ênfase das funções da linguagem tal como foram caracterizadas no conhecido esquema proposto por Jakobson: funções referencial, expressiva, conativa, metalinguística, fática e poética. Na sequência, entendem que o “jornalismo de opinião” é o que daria relevância particular à função expressiva (e subsidiariamente às funções conativa e poética), o “jornalismo de informação” estaria predominantemente centrado na função referencial, e o “jornalismo de comunicação” prestaria uma atenção particular à função fática (voltada sobretudo para a ligação entre emissor e receptor), embora preocupando-se em “mobilizar ostensivamente todos os elementos e funções do discurso, de modo a criar a ilusão de uma comunicação interpessoal com o público” (*ibid.*: 8-9).

Esta explicação é importante, segundo os autores, pois distancia-se do uso que tradicionalmente se associa ao termo “**comunicação**” como conjunto de discursos promocionais ao serviço de interesses particulares – e, nesse sentido, totalmente contraditórios (como eles próprios admitem) com as práticas de “**informação**” geral ao serviço da democracia e do bem comum, por regra associadas ao jornalismo⁴⁷. Apesar do esclarecimento, o certo é que a informação jornalística (ou com essa marca exterior) tem sido, nos últimos anos, crescentemente atraída por formatos e estratégias de tal modo misturados com discursos, práticas e propósitos promocionais que não parecerá deslocado questionar até que ponto se mantêm os elementos nucleares do paradigma jornalístico – tal como foi sendo definido na primeira metade do século XX e tal como o público o (re)conhece – ou, inversamente, as novas práticas apontam para terrenos situados num outro paradigma. No fundo, trata-se de discutir, para usar a formulação destes autores, se assistimos a mudanças relevantes **no seio do paradigma** jornalístico ou a uma mudança **do próprio paradigma** – com o que isso implicaria de uma mais clara e radical ‘separação

⁴⁷ De acordo com estes autores, o “jornalismo de comunicação” a que aludem não se resume apenas – embora também passe por aí – aos discursos mais ou menos promocionais com interesses particulares; ele caracterizar-se-ia igualmente, nos nossos dias, por uma grande “mestiçagem” (Brin, Charron & Bonville, 2004: 4) entre o discurso jornalístico e outras formas de discurso mediático, levando, por exemplo, à mistura frequente de ficção e realidade, à elevação do anedótico ao estatuto de acontecimento, à transformação da informação em entretenimento, à adopção de registos familiares e ligeiros de conversação, à preponderância concedida às emoções sobre as explicações, etc.

de águas’ entre diferentes modalidades (nem todas jornalísticas) de recolha, tratamento e comunicação / difusão de informação sobre a actualidade. E esta clarificação envolve, plausivelmente, dois domínios:

- 1) Pode implicar a re-definição de algumas práticas ou orientações que de jornalismo apenas mantêm o nome e o estatuto formal, mas efectivamente se regem por critérios de interesse particular e de intuito comercial ou promocional que as afastam de qualquer objectivo responsável (e responsabilizável) de prossecução do bem comum;
- 2) Pode, no sentido oposto, permitir classificar como jornalísticas algumas práticas que, desenvolvidas embora por pessoas sem o estatuto profissional formal de jornalistas, efectivamente realizam (graças sobretudo aos instrumentos disponíveis no ciberespaço mediático contemporâneo) trabalho informativo que preenche os critérios essenciais de rigor, de seriedade, de transparência, de exigência ética e de serviço desinteressado e responsável a uma comunidade. Aqui caberiam, por exemplo, as actividades de alguns blogues e, mais genericamente, certas experiências do chamado “jornalismo participativo” que vêm proliferando.

De tudo isto parece decorrer que a ‘separação de águas’ se fará, porventura, cada vez menos com base nos critérios técnicos ou instrumentais com que tradicionalmente se definia muito do papel dos jornalistas, e cada vez mais com base em princípios e valores orientadores de conduta profissional. Para isto aponta Singer, ao dizer que o “compromisso ético”, traduzido numa adequada integração dos objectivos máximos de liberdade, autonomia e responsabilidade, “está rapidamente a tornar-se na **única** coisa que distingue o jornalista de outros fornecedores de informação que são independentes mas não responsáveis, como alguns *bloggers*, ou que são responsáveis mas não independentes, como os *spin doctors* de todos os géneros” (Singer, 2006a: 14, realce do autor).

No meio de tudo isto, emerge mais do que nunca a centralidade do comprometimento ético do jornalista no processo de construção e afirmação da sua identidade profissional. Se o foi desde os inícios da profissão, é-o reforçadamente no contexto das movediças condições actuais, o que aconselha um olhar mais aprofundado sobre esse domínio específico. É o que faremos no próximo capítulo.

* * * * *

IV – A centralidade do desafio ético e deontológico

“Thinking about ethics is thinking about what journalism is and what journalists do”.

Karen SANDERS, “Ethics and Journalism” (2003)

“L’éthique c’est le domaine par excellence du dilemme et de la décision”

Gilles GAUTHIER, “Communication” (1990)

Porquê a ética?

A questão de um comportamento ético – para si próprio e para os outros – coloca-se relativamente ao jornalismo mas, antes disso, coloca-se em relação a todas as pessoas e, genericamente, a toda a actividade humana. A resposta às perguntas “**o que devo fazer?**” ou “**como devo viver?**” mobiliza, desde há séculos, a reflexão de filósofos, preocupados com a natureza da pessoa humana e o seu ser e estar no mundo, ao lado de outros seres humanos (e de outros não humanos, mas também vivos). No caso da nossa mais conhecida tradição ocidental, mobilizou desde logo os grandes filósofos gregos – Sócrates, Platão, Aristóteles –, sendo curioso notar que, ao contrário de muitos outros domínios científicos que a evolução do saber ao longo dos séculos foi tornando ultrapassados e até obsoletos, as reflexões daqueles grandes pensadores em matéria de ética permanecem, no essencial, muito actuais, informando e enformando os complexos debates contemporâneos. Não é por acaso que, nas últimas décadas do século XX, ganharam expressão particularmente forte algumas abordagens neo-aristotélicas da filosofia moral, identificadas genericamente com a chamada “ética das virtudes” (por contraposição às teorias utilitaristas, de um lado, e às éticas racionalistas kantianas, de outro) que evidenciaram bem a actualidade e a pertinência do pensamento dos velhos mestres gregos. E que, simultaneamente, deixam claro como as questões já enunciadas há muitos séculos permanecem no centro das nossas preocupações actuais, continuando a suscitar, hoje como ontem, as mais díspares abordagens e respostas.

Antes de avançar, será útil precisar do que falamos quando falamos de **ética**, uma vez que o termo aparece frequentemente associado a outros – como **moral e deontologia** –

e, não raro, em alguma medida confundido com eles. A própria etimologia pode contribuir para essas confusões, pois, como nota J. Santos (2001), “ética” ora se associa ao termo *êthos* (escrito com a vogal “e” breve – um *épsilon*), que significa “hábito” ou “costume”, ora se associa ao termo grego *éthos* (escrito com a vogal “e” longa – um *eta*), que significa “carácter”. Em termos simples, dir-se-ia que a primeira acepção aponta para algo que a pessoa “faz” ou “deve fazer”, enquanto a segunda para algo que a pessoa “é” ou “deve ser”. Assim entendida, a ética tanto poderia significar uma “ciência dos costumes” (*ibid.*: 14), uma explicitação e organização das normas de conduta julgadas “boas” e “certas” para o homem na sociedade, como poderia também remeter-nos para a “consciência moral de cada indivíduo” (*ibid.*: 15), para a sua atitude de fundo relativamente a um conjunto de princípios e de valores que toma para si e com base nos quais molda estavelmente o seu carácter. Embora na terminologia anglo-saxónica seja habitual encontrarmos o termo “ética” [*ethics*] usado tanto numa como noutra acepção¹, parece-nos preferível deixar o termo para o segundo significado aqui referido (ética como filosofia moral), pois para o primeiro – o da ética como “ciência dos costumes” e das normas de boa conduta – será mais adequado usar o termo **moral**. Este decorre etimologicamente da palavra latina *mores*, que significa precisamente costumes, hábitos, e que os latinos adoptaram em vez da terminologia grega.

1. Ética, moral, deontologia: esclarecer conceitos

Definida muito genericamente pelos dicionários como “uma doutrina da felicidade dos homens e dos meios de acesso a esse fim” (Bernier, 1994: 15), a **ética** ocupa-se não tanto das normas, mas dos princípios e valores globais que fundamentam racionalmente tais normas. Racionalmente, sublinhamos: ela aponta para um processo interior de reflexão que, não negando embora as pulsões ou inclinações decorrentes de muito humanos

¹ Isto explica o porquê do uso, nos países anglófonos, da expressão “código de ética” para se referir, de facto, a códigos deontológicos – ou seja, códigos de moral profissional. Em bom rigor terminológico, não deveria poder falar-se em “códigos de ética”, pois a ética entendida como reflexão e fundamentação da consciência moral do indivíduo (ou seja, como filosofia moral, preocupada com os valores e princípios que alicerçam o raciocínio moral, e não com as condutas concretas ou respectivas normas) é, por natureza, não codificável. Codificáveis, sim, podem ser as normas morais (ou deontológicas) que decorrem de um dado posicionamento ético. Ao falar em “código de ética”, a terminologia anglo-saxónica está, assim, a apontar para a acepção de ética como ciência dos costumes, ciência normativa.

desejos, paixões ou emoções, vai para além deles e procura alicerçar em razão as opções por aquilo que se considera o bem (ou o ‘melhor’ de vários bens), por oposição ao que se considera o mal. Neste sentido, a ética está, por assim dizer, a montante da norma, a montante das prescrições morais: ela é o seu alicerce global, permanente, ela é o seu quadro de referência, não se esgotando no cumprimento mecânico de um conjunto de deveres codificados em função de circunstâncias concretas de espaço e de tempo. Estes deveres e normas são “meios” para um “fim”: como diz Giroux (1991:121), “a moral reenvia para ordenações, prescrições ou codificações inspiradas pela ética, que representa o seu fundamento e a sua finalidade”. Sendo importante para o indivíduo – e para o indivíduo em sociedade, uma vez que as normas morais têm também um importante papel de cimento social –, o cumprimento destas prescrições nem por isso esgota a sua responsabilidade ou a sua consciência pessoal de ter agido correctamente, de acordo com os princípios e a hierarquia de valores por que quer, numa atitude de adesão racional voluntária (e não de mero acatar de ordens), orientar a sua vida:

É (...) pelo retorno ao questionamento sobre os fundamentos das regras de conduta que reencontramos o caminho da ética, que é um processo [*démarche*] autónomo oposto à imposição de normas morais ou deontológicas por autoridades exteriores ao indivíduo (Bernier, 1994: 13).

A distinção aponta, em alguma medida, para a expressão segundo a qual “*la morale commande, l’éthique recommande*” (cit. em Bernier, 1994: 11). Ou, na versão preferida por Giroux (1991: 120), a moral “**impõe**” (impõe regras que ajudam a distinguir o bem do mal), enquanto a ética “**propõe**” (propõe um modo de viver alicerçado em valores, valores esses que subjazem às prescrições da primeira). A ética implica, naturalmente, uma abordagem mais complexa e exigente do ponto de vista dos indivíduos, pois, mais do que dar respostas, ela faz perguntas, obrigando a tomar decisões e não apenas a seguir preceitos pré-definidos. É para o que aponta Luc Bégin ao dizer:

Enquanto o moralista diz aos seus semelhantes o que eles devem fazer, o eticista ajuda-os pelo contrário a decidir o que hão-de fazer. A diferença não é negligenciável. O primeiro impõe do alto da sua certeza, o segundo partilha instrumentos de reflexão que permitam clarificar e matizar uma decisão que deverá ser assumida por aquele ou aquela que a tome (cit. em Bernier, 1994: 12).

Assim como antecede, fundamenta e sistematicamente interroga a moral, a ética faz o mesmo relativamente à **deontologia** – devendo esta ser entendida, então, como uma “moral localizada” ou “moral profissional”, isto é, um conjunto de deveres (para além dos legais) e regras de conduta que a si mesmos se impõem os profissionais de um determinado sector de actividade. E também a deontologia não esgota a exigência de um comportamento ético, quer porque as situações concretas nunca estão todas previstas –

sendo necessário, portanto, encontrar frequentemente soluções adequadas para casos singulares que os códigos não contemplam –, quer porque há situações de conflito de valores nas quais duas regras igualmente ‘boas’ apontam para caminhos efectivamente opostos ou inconciliáveis, sendo necessário escolher qual delas é, na circunstância, a melhor (ou a menos má). Trata-se de uma matéria de grande relevância, sobretudo no caso específico dos jornalistas, como veremos adiante: a ideia por vezes sugerida, directa ou indirectamente, de que um comportamento eticamente inatacável se restringe à observância literal dos preceitos deontológicos codificados (e ao correspondente sancionamento, em caso de desrespeito da norma) pode conduzir a uma leitura mecânica, formal e “juridificada” dos deveres morais profissionais que, na prática, mais não é do que uma efectiva desresponsabilização face às reais exigências éticas. Reduzir a ética à deontologia pode significar, afinal, contornar ou ignorar os verdadeiros desafios éticos.

Com isto não se pretende dizer, naturalmente, que os dois campos são separados, ou sequer distantes. As regras deontológicas nascem de uma reflexão ética e é nela que encontram o seu sentido primeiro. Mas, como qualquer codificação, são datadas, situadas e contingentes, fruto de circunstâncias concretas e da necessidade de prever o maior número possível de situações². E, por isso, devem ser permanentemente escrutinadas e desafiadas pelos valores mais globais para que remetem:

[A] deontologia resulta da ética, mas não deve substituir-se-lhe ou tentar escapar ao seu questionamento, que passa pela reflexão ética. É o que leva Giroux a dizer que a ética profissional se situa de algum modo a montante e a jusante da deontologia: “(...) a montante, na medida em que alimenta esta última com valores que são susceptíveis de evoluir; a jusante, para que os valores já normalizados ou codificados sejam periodicamente repostos em questão e revistos”. (...) Deixada entregue a si própria, a deontologia cristaliza-se, sedimenta-se e nega os seus fundamentos para se auto-justificar sem um fim. (...) É a reflexão ética que permite descristalizar a deontologia e lutar contra a sua sedimentação, sinal premonitório da sua petrificação (Bernier, 1994: 23).

Esta perspectiva recorda-nos que uma postura eticamente exigente e responsável tem muito a ver com uma atitude, com uma vontade, com “o desejo de ser responsável” (Merrill, 1997: 27), mais do que com a simples aceitação de uma lista de normas ou

² A diversidade de modelos de códigos deontológicos dos jornalistas, um pouco por todo o mundo, é de algum modo elucidativa desta dualidade, ou desta pulsão entre os enfoques “deontológico” e “ético”. Há códigos muito extensos e pormenorizados, que parecem movidos pelo desejo de prever praticamente todas as situações possíveis e, assim, reduzir o espaço de dúvida pessoal ou de divergência a propósito da sua correcta aplicação. Em contrapartida, há também códigos minimalistas (de que é exemplo o português, com o seu sintético “decálogo”) que sugerem mais a orientação para os grandes princípios condutores do que o estrito cumprimento de prescrições taxativas e muito pormenorizadas (Fidalgo, 1999). Não é fácil afirmar qual o modelo que melhor se ajusta aos fins em causa, sendo certo, porém, que nenhum deles resolve em definitivo a questão aqui enunciada – a de que, por muito longe que se vá na codificação de prescrições deontológicas, nunca o imperativo de uma exigência ética efectiva e preocupada com a singularidade dos casos concretos se esgotará naqueles.

deveres. Trata-se de ter uma “preocupação moral” que transcende a observância, por escrupulosa que seja, de uns quantos preceitos, e que lhe dá o seu sentido profundo, ao mesmo tempo que funciona como garante de uma conduta habitualmente pautada pela genuína vontade de descobrir “a coisa certa” a fazer:

Um jornalista tem que ser alguém *preocupado* em fazer a coisa certa, tem que *querer* ser ético [*ethical*]; é este desejo sincero que o conduzirá a encontrar sabedoria moral [*moral wisdom*] como um guia para a tomada de decisões éticas (Merrill, 1997: 28, realces do autor).

De uma preocupação ética inscrita na consciência individual decorre, assim, uma conjunto de preceitos morais, tal como de uma preocupação ética inscrita na consciência profissional decorre um conjunto de preceitos deontológicos. Moral e deontologia são noções semelhantes, embora em campos próprios: a primeira sistematizando regras que orientam as condutas sociais, a segunda fazendo idêntico trabalho para as condutas profissionais. Quanto à ética, situa-se noutro plano. Convirá, portanto, não confundir nem sobrepor os diferentes conceitos e domínios para que apontam:

Se se confunde moral, ética e deontologia, rapidamente se tornará impossível discutir com rigor as práticas profissionais, distinguir as regras de conduta sociais (moral) das regras de conduta profissionais (deontologia), e a ética será ora associada às primeiras, ora às segundas, e mais ninguém se deterá no facto de que a ética é justamente a encruzilhada “filosófica” onde se discutem e se hierarquizam os valores inspiradores das regras morais e deontológicas (Bernier, 1994: 11)

Estabelecida a distinção dos termos, será útil situar agora em termos mais gerais a problemática da ética, seguindo depois para a moral e, sobretudo, para a deontologia profissional dos jornalistas – que especificamente nos importa neste trabalho.

2. Os dilemas de sempre

Colocar a questão, para si próprio e para os outros, de um imperativo ou uma exigência ética pressupõe a resposta a duas questões prévias e, por assim dizer, fundadoras relativamente ao problema (Merrill, 1997). A primeira tem a ver com o **porquê**: por que motivo(s) devo preocupar-me com a ética, com o bem, com o “fazer a coisa certa”? A segunda tem a ver com o **quê** e o **como**: de que modo(s) posso saber o que é o bem, “o que é a coisa certa a fazer”? Não são perguntas de resposta fácil, e muito menos consensual: delas emergiu uma multiplicidade de teorias, quer relativamente aos fundamentos primeiros de uma exigência moral e à pertinência da reflexão ética em si (uma espécie de **meta-ética**), quer relativamente aos diversos caminhos e obrigações propostos para o agir

moral (uma **ética normativa**, portanto, que assume também a feição de uma **ética aplicada** quando se trata de a convocar para o juízo sobre questões muito concretas do nosso viver).

Os fundamentos primeiros para a exigência de uma vida pautada por critérios éticos foram sendo, conforme as épocas e as circunstâncias, procurados e situados em diferentes origens: ora numa **ordem natural**, cósmica, da qual também o ser humano faria parte e na qual deveria integrar-se adequadamente; ora numa ordem emanada dos céus, de um **deus** a cujos desígnios e mandamentos seria suposto obedecer; ora no interior do próprio **homem**, olhado agora como potencial senhor do seu destino, um ser autónomo capaz de decidir “o que deve fazer” a partir da sua capacidade de razão – ou, noutras teorias, a partir dos seus sentimentos, inclinações e paixões. Do mesmo modo, também a concretização dos deveres e obrigações decorrentes desta exigência primeira foi assumindo, ao longo dos séculos, diferentes formas e justificações, conforme se entendia enfatizar especialmente como critério prioritário ou a **acção** humana em si, ou a utilidade (para o próprio e/ou para outrem) e ulteriores **consequências** dessa acção, ou o **carácter** do próprio sujeito da acção, ou ainda a **relação** entre sujeitos desejosos de conviver o melhor possível em sociedade. Desta diversidade de opções decorreram múltiplas teorias éticas, que nem sempre se excluem mutuamente mas antes se complementam, embora possam também, em casos mais extremados, levar a uma quase impossibilidade de definição do tal “mínimo ético comum” susceptível de gerar consensos para além da consciência individual de cada um.

2.1. - Entre o pólo individual e o colectivo

Tal como escrevemos no capítulo anterior, a propósito das questões da responsabilidade, também no que toca à ética (e, designadamente, no que toca à resposta às duas questões fundadoras atrás enunciadas) se verificou, desde sempre, uma certa tensão entre dois pólos amiúde conflituantes: o do **indivíduo** e o do **colectivo**. O pensamento tributário das doutrinas liberais – ou “libertárias”, como correntemente se diz na literatura anglo-saxónica – sempre enfatizou o primado do indivíduo e da sua inalienável responsabilidade pessoal, retirando daí todas as ilações para os diversos domínios do viver comum, fossem os da política, da economia ou da ética:

O defensor de uma ética individual insiste que a ética é uma conduta auto-determinada e voluntária; tem a ver com auto-legislação e auto-implicação. Embora reconheça que a ética tem que

operar na sociedade e na relação com os outros, o defensor de uma ética individual coloca o peso da responsabilidade na pessoa – não na comunidade, na sociedade ou nos outros. (Merrill, 1997: 42).

Um pressuposto importante desta linha de pensamento é, como já vimos, que o bem comum se encontra de algum modo pelo ‘encontro’ ou pela ‘soma’ dos diferentes bens individuais. Embora a matriz liberal possa conduzir (como conduziu) a algumas posições mais radicais de recusa de qualquer critério ou medida exterior ao da consciência individual para a decisão de uma conduta moralmente justificada – patente em doutrinas como o egoísmo ético, o subjectivismo ou certas formas de relativismo –, não é forçoso que assim seja. Tal como Milton acreditava que a verdade emanaria da discussão totalmente aberta no mercado livre das ideias e Stuart Mill acreditava que uma “mão invisível” traria o necessário equilíbrio e regulação ao mercado livre das trocas económicas (sendo até, num caso como noutro, o meio não só mais respeitador da liberdade dos indivíduos, mas até o mais eficaz para o fim em causa), também os defensores destes princípios em questões éticas acreditam que se atinge uma convivência social moralmente excelente quando cada um, por si, se conduz moralmente. É o princípio mínimo – e limitado apenas a uma visão “negativa” da liberdade – do “não faças ao outro o que não queres que façam a ti” (Midgley, 1995: 38). E mesmo que cada indivíduo se guie por um interesse próprio, é entendimento desta doutrina que cada um também deve conceder a todos os outros o mesmo direito de se guiarem igualmente por interesse próprio, o que leva a que o conjunto dos interesses pessoais tenha de se harmonizar e equilibrar no conjunto (de um modo quase automático, de novo graças a uma espécie de “mão invisível”), sob pena de alguns indivíduos verem o seu interesse próprio impedido ou prejudicado por um interesse alheio. Não se trata, então, apenas de “pensar em mim” sem mais, mas de “pensar em mim até ao limite do outro” – outro que tem, por sua vez, o mesmo inalienável direito de “pensar em si”, mas em termos idênticos aos “meus”.

Pelo contrário, as correntes de pensamento preocupadas prioritariamente com o colectivo, para além do individual, enfatizam o facto de a pessoa humana viver em comunidade – daí a designação frequente destas teorias como “comunitaristas” – e dever levar em primeira conta essa circunstância quando se trata de definir, eticamente, “o que deve fazer”. Aqui, o “outro” surge em primeiro lugar.

O defensor de uma ética comunitária ou orientada para o grupo é aquele que sublima os valores éticos pessoais em função das expectativas e desejos da sociedade. Dito de outro modo, o [eticista] comunitário acredita que os indivíduos formam os seus padrões éticos a partir da atenção que prestam às expectativas do grupo (Merrill, 1997: 38).

O pressuposto, agora, é não só o de uma valorização do conjunto (mesmo em desfavor de partes) como, também, de uma eventual desvalorização – que nalguns casos assume a forma de cepticismo ou mesmo desconfiança – relativamente ao indivíduo enquanto ser racional, capaz de por si fazer as opções julgadas mais adequadas para todos, e não apenas para si próprio. O acento tónico é, em alguma medida, deslocado do imperativo da liberdade para a exigência da responsabilidade, apontando a prossecução de um bem comum não como mero resultado ou somatório, *a posteriori*, dos diversos bens individuais, mas como uma preocupação primeira, anterior, da qual decorre (e na medida em que tal seja possível ou não conflituante com o todo) o espaço da procura do bem pessoal. Também aqui podemos assistir (como já assistimos) a derivas colectivistas de feição autoritária – onde um suposto interesse colectivo, definido de modo arbitrário ou assente numa duvidosa legitimidade, é tomado como um “fim” que justifica todos os “meios”, entre eles o do sacrifício de direitos individuais fundamentais –, embora não seja forçoso que assim se passem as coisas. Tal como atrás, também aqui se pode descortinar uma argumentação positiva, que não trata por sistema o interesse colectivo e o interesse individual como opostos e inconciliáveis mas que, pelo contrário, faz decorrer o segundo do primeiro: se não sou egoísta e me preocupo genuinamente com o “outro”, é no próprio bem do “outro” que encontro o “meu” bem individual, e assim, fazendo “a coisa certa” de acordo com as expectativas ou necessidades do “outro”, estou igualmente a fazer “a coisa certa” para mim próprio.

Percebe-se facilmente que uma postura ideal seria aquela que, em alguma medida, pudesse articular as duas perspectivas e não precisasse, pelo menos por regra, de sacrificar nem a liberdade individual às exigências colectivas, nem os imperativos do conjunto à singularidade da pessoa. E esta é uma questão particularmente sensível quando aplicada ao caso concreto do jornalismo – designadamente por aqui convergirem, de modo particularmente notório, a necessidade de alguma autonomia de pensamento e de acção com a obrigatória atenção ao todo social, no serviço altruísta do qual o jornalismo retira a sua mais funda legitimação. Daí que se sucedam tentativas de esboço de quadros teóricos que preservem o que de melhor há nas duas perspectivas e que encontrem um meio-termo ideal. São os casos do conhecido investigador John Merrill (1997) – que, ao cabo de um percurso longo em que as suas opiniões sobre estas matérias foram evoluindo, se demarca das doutrinas “libertária” e “comunitária” puras para propor um “mutualismo ético”, um

modelo “mais de pensamento do que de acção” e que integra elementos das diversas correntes³ –, ou, mais recentemente, de Jane Singer (2006a), que, invocando também o legado de Merrill, propõe o perfil ideal do jornalista como um “existencialista socialmente responsável”, onde se articulariam o individual e o comunitário. Voltaremos a este assunto com mais detalhe, no final do capítulo.

2.2. - Entre o enfoque deontológico e o teleológico

Uma segunda dicotomia sempre presente nos debates éticos é a que distingue entre teorias éticas **teleológicas** e teorias éticas **deontológicas**⁴. Como a própria etimologia também ajuda a esclarecer, as primeiras apontam para finalidades (*télos*, do grego, significa *fim*), enquanto as segundas configuram uma ‘ciência dos deveres’ (*déon*, também do grego, é *dever*). Trata-se de abordagens muito diferentes, porquanto uma coloca os critérios de definição e prossecução de uma vida moralmente aceitável na sua boa adequação a um fim último – justificando-os na medida em que contribuem para esse propósito e, portanto, avaliando-os em função do resultado global das acções, mais do que das acções em si –, enquanto a outra enfatiza a necessidade ou obrigatoriedade de respeitar certos deveres e seguir certas normas de comportamento pelo que elas são em si, independentemente das consequências que provoquem ou dos resultados para que apontem. Trata-se, neste último caso, tipicamente de dar resposta à pergunta “**o que devo fazer?**” – são as chamadas teorias da preponderância do “justo” ou “correcto” (*right*) sobre o “bem” ou o “bom” (*good*) –, enquanto no anterior a pergunta prévia é “**como devo viver?**”, ou seja, com que propósito, com que finalidade – as teorias da prevalência do “bem” ou “bom” sobre o “justo”.

³ Na definição do próprio Merrill, o mutualismo ético é “uma ética de síntese que combina o respeito por uma ética legalista ou deontológica e uma ética teleológica ou consequencialista”. De acordo com esta linha, o jornalista “tem um conjunto de princípios de base para se guiar, mas desvia-se deles quando um bem moral mais alto o exige”; assim, ele “pode respeitar a sua autonomia pessoal e profissional e, ao mesmo tempo, reconhecer o valor de outros numa comunidade” (Merrill, 1997: 235).

⁴ Convém esclarecer que o termo “deontologia” – criado por Jeremy Bentham (1748-1832), um dos pais fundadores do utilitarismo – é usado correntemente, entre nós, numa outra acepção distinta desta. Aqui, fala-se de éticas deontológicas no sentido das éticas que se orientam fundamentalmente para as noções do dever e da obrigação moral, tal como foram desenvolvidas sobretudo por Kant. Quanto ao termo deontologia no nosso uso corrente, ele refere-se, como vimos, ao conjunto de normas de âmbito moral que uma determinada profissão toma para si e que, frequentemente, são sistematizadas num código – daí “código deontológico”, como materialização, em normas e em deveres, de um conjunto de princípios éticos associados às responsabilidades específicas assumidas por, ou cometidas a, um grupo profissional. Ou seja, “ética *aplicada* ao exercício de uma profissão” (J. Santos, 2001: 21, realce do autor).

Éticas como a de Kant ou, mais recentemente, a de Rawls são deontológicas por tentarem, antes de mais, estabelecer e fundamentar uma obrigação moral e a respectiva norma, secundarizando ou excluindo da reflexão a questão da definição de um *summum bonum* “substancial”. As éticas teleológicas, ao contrário, colocam no centro da reflexão a definição de um *bem* identificado com o *fim* das acções e da vida do homem (J. Santos, 2001: 21).

As éticas teleológicas associam-se sobretudo às também chamadas “**éticas antigas**”, desenvolvidas pelos filósofos gregos – e muito em particular por Aristóteles, cuja teoria “da vida boa”, ou *eudaimonia*, como objectivo e finalidade do ser humano na terra, decorrente de uma prática virtuosa, influenciou até aos dias de hoje a filosofia moral. Já as éticas deontológicas ou “**éticas modernas**” são as que decorrem do iluminismo e que, sobretudo com Kant, se empenharam em buscar a fundamentação das obrigações morais no esforço da razão humana, preocupando-se menos com a procura de um fim último e mais com o respeito estrito de normas racionais susceptíveis de vincularem a todos sem excepção. Trata-se, aqui, de uma abordagem decorrente de uma afirmada “**autonomia**” do ser humano racional, enquanto as abordagens teleológicas apontam, de certo modo, para uma “**heteronomia**”, no sentido em que buscam fora do homem, e para além dele – seja no cosmos, na natureza, na ordem natural, até em deus –, o fundamento e a justificação da boa conduta.

Autores como Gosselin (1992: 74) sustentam, de modo pertinente, que a tese epistemológica subjacente às doutrinas teleológicas “é optimista e positiva”, pois defende que a razão humana “é capaz de criar todas as instituições e todas as boas coisas que deseja” possuindo, ao mesmo tempo, “a faculdade de descobrir as consequências, queridas e não queridas, das suas acções de criação, para melhor as corrigir”. Pelo contrário, as doutrinas deontológicas situam-se numa perspectiva mais “pessimista e negativa”, ao apontarem os limites da razão humana para “imaginar e prever todas as situações-tipo às quais terá, enquanto razão individual, de fazer face”, e ainda menos a capacidade de “prever e gerir as principais consequências não desejadas da acção dos homens em sociedade”. É por este motivo que estas últimas se apoiam no estrito cumprimento das regras morais – uma espécie de “paliativo para as nossas esferas intrínsecas de ignorância” (*ibidem*) –, independentemente da avaliação dos contextos da sua aplicação ou do esforço de apreciação das eventuais consequências.

Esta dicotomia coincide, em parte, com uma outra distinção que alguns investigadores costumam fazer entre as perspectivas “**directa**” e “**indirecta**” da ética (Merrill, 1997). A primeira sustenta que uma vida eticamente aceitável tem sobretudo a ver com as acções e a conduta concreta da pessoa, enquanto a segunda prefere enfatizar

não os actos em si, mas o agente responsável por eles e o carácter de que dá mostras. É na perspectiva “indirecta” que se filiam as éticas teleológicas ‘puras’ (“como devo viver?”, “que tipo de carácter devo eu desenvolver?”), insistindo na aprendizagem e cultivo das boas virtudes para atingir a felicidade como objectivo último. Na perspectiva “directa”, centrada na acção, situam-se as éticas deontológicas ‘puras’. Há, entretanto, outras teorias que se foram desenvolvendo sobretudo nos séculos XVII e XVIII e que ainda hoje têm muitos cultores, embora adaptadas aos nossos tempos, que se aproximam das éticas teleológicas mas também adoptam uma perspectiva “directa”: referimo-nos às éticas **consequencialistas**, cuja particularidade é o facto de estarem preocupadas mais com as consequências e resultados da acção do que com a bondade ou maldade desta. Nesse sentido, tal como as éticas teleológicas, poderíamos dizer que se preocupam com as finalidades – embora finalidades próximas – e não, como as éticas deontológicas, com normas estabelecidas *a priori* ⁵.

No meio destes modelos ‘puros’, encontram-se abordagens da ética que será mais difícil classificar num ou noutro pólo, pois bebem inspiração de ambos. Seria tipicamente o caso de uma ética de matriz cristã, desenvolvida por filósofos da igreja como S. Tomás de Aquino (com razoável influência nas éticas ocidentais humanistas da modernidade), que integram uma componente claramente teleológica semelhante à das éticas gregas – o cultivo das virtudes e uma orientação para um fim último, no caso ligado ao céu e a deus –, mas também uma componente deontológica, que emblematicamente se poderia traduzir no dever de observância dos “mandamentos da lei divina”.

2.3. - Entre convicções e responsabilidade

Finalmente, poderíamos ainda situar no contexto destas dicotomias de “meios” *versus* “fins”, ou de “acção” *versus* “resultados”, a distinção muito conhecida, proposta por Weber a propósito da análise da actividade dos políticos, entre “**ética das convicções**”

⁵ É frequente ouvir-se falar de éticas teleológicas e de éticas consequencialistas como sinónimos, embora pareça mais prudente estabelecer alguma distinção, até pela associação histórica que se costuma fazer a umas e outras, com as primeiras sobretudo ligadas aos filósofos gregos e as segundas mais tributárias das teorias utilitaristas. Como diz J. Santos (2001:33), “se é verdade que todas as éticas teleológicas são consequencialistas, visto que nelas as acções são avaliadas em função das consequências que possam ou não ter para a realização do fim considerado bom, pode haver éticas consequencialistas que não sejam, no sentido estrito do termo, teleológicas. Trata-se, neste caso, de éticas que não definem positivamente um ‘bem supremo’ (...) mas que avaliam as acções na perspectiva das consequências que estas possam vir a ter, a mais ou menos longo prazo, para um *summum malum* que deve ser evitado a todo o custo”.

e “**ética da responsabilidade**”, a primeira com um pendor tipicamente deontológico, a segunda de feição claramente consequencialista⁶.

Devemos ter claro que toda a acção que se oriente eticamente pode seguir *duas* máximas que são radicalmente distintas e se encontram numa contraposição irresolúvel: uma acção pode ser guiada pela “ética das convicções de consciência” ou pela “ética da responsabilidade”. Não quer isto dizer que a ética das convicções de consciência seja igual a falta de responsabilidade e que a ética da responsabilidade seja igual a falta de convicções de consciência. Não se trata disso, naturalmente. Mas há uma diferença abismal entre actuar de acordo com uma máxima da ética das convicções de consciência (falando em termos religiosos: “o cristão age bem e põe o resultado nas mãos de Deus”) ou actuar de acordo com a máxima da ética da responsabilidade, segundo a qual há que responder pelas *consequências* previsíveis da própria acção (Weber, 1919/2001: 153, realces do autor).

Não deve esquecer-se que Weber está a referir-se especificamente à actividade política (o texto onde explanou estas suas ideias intitula-se, precisamente, “*A política como profissão*”), deixando bem claras, em várias passagens, as particularidades desse domínio no que toca às implicações éticas. O seu pensamento sugere que a actividade política reclama, de facto, uma ética específica, susceptível de levar em conta “o facto também específico de que ela opera com o poder e com a violência que está por detrás dele” (Abellán, 2001: 36). É o que escreve, taxativamente, o próprio Weber (1919/2001: 154): “O meio específico da política é a violência [*Gewaltsamkeit*]”. Daí a sua defesa clara, para os políticos, de uma ética da responsabilidade que permita ajustar os meios aos fins em vista, não se preocupando excessivamente pelo facto de aqueles poderem, em alguma circunstância concreta, contrariar as convicções mais profundas do seu agente; pelo contrário, chama a atenção para os perigos de uma espécie de “fanático idealismo de uma ética das convicções” (Nogueira, 2001: 202) que, de modo considerado demasiado simplista, parece sugerir que “do bem só pode resultar o bem e do mal só pode resultar o mal” (Weber, 1919/2001: 156). Se assim fosse, acrescenta, não teríamos todos estes problemas para resolver. A verdade é que “quem se guia por uma ética de convicções não suporta a irracionalidade ética do mundo”, sendo “um ‘racionalista’ de uma ética extramundana” (*ibid.*: 155). Não pode ser esse o caso dos políticos, adianta Weber, depois de recordar a máxima cristã que manda sempre “oferecer a outra face”:

⁶ Não obstante esta associação, frequente nas abordagens comuns, Gosselin (1992) entende dever distinguir melhor os termos das duas equações: a dicotomia weberiana entre “ética das convicções” e “ética da responsabilidade” reenvia para “duas *atitudes* éticas baseadas em dois tipos distintos de comportamento racional”, enquanto a dicotomia deontologia/teleologia “designa antes um *critério* para *julgar*, a dois níveis distintos, a moralidade da acção humana” (Gosselin, 1992: 82, ênfases nossos). Neste sentido, é possível admitir que uma ou outra das *atitudes* éticas tanto podem alicerçar-se num *juízo* essencialmente deontológico como, inversamente, num *juízo* teleológico.

Enquanto, dentro da lógica da ética extramundana do amor, se diz a alguém para ‘não se opor ao mal com a força [*Gewalt*]’, no caso do político vale precisamente o contrário: *tens que* opor-te ao mal com a força, pois de contrário serás *responsável* pelo triunfo daquele (Weber, 1919/2001: 152).

Apesar da sua insistência em que “não é possível decretar eticamente que fim santifica que meios” (*ibid.*: 155) e, portanto, para o político por vezes estes são justificados por aquele – uma postura que tem os seus pontos de contacto com as doutrinas levadas especialmente longe por Maquiavel e que deve também ser lida à luz do contexto histórico-político em que Weber escreveu estes textos –, nem por isso as convicções da consciência devem ser liminarmente ignoradas, havendo momentos em que é razoável optar por estas. É o mesmo Weber que diz que “a política faz-se com a cabeça, mas certamente *não só* com a cabeça” (*ibid.*: 155), sublinhando que a ética das convicções e a ética da responsabilidade “não estão em oposição absoluta” mas “são ambas complementares” e “só juntas fazem o homem autêntico, esse homem que pode ter ‘vocação para a política’” (*ibid.*: 162/163). Insiste, todavia, na importância de se assumir a responsabilidade pelas consequências dos actos em política, por muito que isso pareça contrariar o apelo de convicções éticas interiores:

Quem queira fazer política (...) tem que estar consciente destes paradoxos éticos e de que é responsável pelo que *ele próprio* possa chegar a ser apesar da pressão daqueles. Repito que terá de comprometer-se com os poderes diabólicos que existem em toda a acção violenta [*Gewaltsamkeit*]. Os grandes virtuosos da bondade e do amor ao próximo extramundanos, procedam de Nazaré ou de Assis ou dos palácios reais hindus, não operaram com o meio político da violência; o seu reino ‘não era deste mundo’ e, não obstante, tiveram e têm influência neste mundo (...). Quem busque a salvação da sua alma e a salvação de outras almas, que não a busque pelo caminho da política, que tem outras tarefas muito distintas, umas tarefas que só se podem cumprir com a violência [*Gewalt*]. O génio, ou o demónio, da política vive com o deus do amor, e também com o deus cristão na sua manifestação eclesial, numa tensão interna tal que pode desembocar em cada momento num conflito irresolúvel (Weber, 1919/2001: 160/161).

Esta espécie de “destino trágico da política” advindo da sua “inseparável vinculação com a administração da violência” (Nogueira, 2001: 243) não esgota, naturalmente, a questão ética nem deve generalizar-se a todos os domínios da vida, como o próprio Weber deixou claro. O facto de ele denunciar a potencial “irresponsabilidade daqueles que querem *fazer política* guiados pelo *Sermão da Montanha*” (*ibidem*, realces do autor) – sugerindo que não combater o mal, na gestão da coisa pública, pode significar ser seu cúmplice –, comporta um elemento de responsabilização importante. Um elemento que está, afinal, no âmago do recorrente debate entre as éticas deontológicas e as éticas teleológicas – ou, mais precisamente, as consequencialistas –, e que também no caso específico do jornalismo tem uma fortíssima incidência, dividindo opiniões entre os que enfatizam a necessidade de, em cada circunstância, seguir os ditames da consciência e

respeitar escrupulosamente os deveres morais consignados, ou os que, pelo contrário, entendem não poder o profissional deixar de ponderar as consequências dos seus actos. Aqui, há alguma semelhança com o cenário weberiano, uma vez que, tal como a política, a actividade jornalística não se resume à esfera privada dos seus protagonistas ou às relações inter-pessoais directas, tendo uma clara tradução pública e uma influência sobre terceiros que não pode deixar, em alguma medida, de se tomar em consideração.

Aliás, embora estas ideias de Weber tenham sido referidas especialmente ao campo da política (e também da ciência), há informações (Gosselin, 1992) de que ele se interessou pelas particularidades do jornalismo, tendo até iniciado, em 1908, um vasto projecto de inquérito sobre a imprensa alemã e ocidental, envolvendo algumas dezenas de investigadores, bem como as associações profissionais dos jornalistas e editores alemães. Mas um conjunto de dificuldades e constrangimentos acabou por impedir que o projecto pouco passasse dos esboços iniciais. Ainda assim, as referências que em alguns momentos fez a esta matéria permitem perceber que ele “via no jornalismo o tipo exemplar da actividade profissional colocada a meio caminho entre a vocação de cientista [*savant*] e a vocação de homem político” (Gosselin, 1992: 75). Por outro lado, a grande importância que ele atribuía à função dos jornalistas nas sociedades modernas encaixa bem na sua preferência por uma “ética da responsabilidade” no que toca aos protagonistas públicos: ele verberava os políticos que se apresentavam como paladinos de uma pura “ética das convicções”, afirmando a sua impressão de que “em nove de cada dez casos” desses se encontrava perante “fanfarrões que não sentem realmente o que fazem”; em contrapartida, considerava “infinitamente comovedor” ver uma pessoa madura, velha ou nova, “actuando segundo a ética da responsabilidade e sentindo realmente, e com toda a sua alma, a responsabilidade pelas consequências” da sua acção (Weber, 1919/2001: 162).

3. Os debates contemporâneos em ética

Enunciadas genericamente algumas dicotomias que, em diferentes planos, desde sempre atravessaram os debates e as opções éticas, analisaremos agora mais de perto as principais correntes que sobressaem no pensamento contemporâneo nesta matéria, tendo em vista que a maior ou menor proximidade de algumas delas não é sem consequências para o modo – ou modos – como os jornalistas situam o seu pensar e agir moral.

Em termos de desenvolvimento filosófico no mundo ocidental, recordemos que o primeiro grande momento da interrogação ética é desde sempre associado aos filósofos gregos e ao modo como faziam depender uma vida moral do bom carácter da pessoa e do seu cultivo da virtude – daí a designação, ainda hoje comum, de **ética da virtude** ou **das virtudes** para a proposta teorizada essencialmente por Aristóteles. “Como se deve viver?” e, correlativamente, “que traços de carácter tornam alguém uma pessoa boa?” – eis as perguntas essenciais cuja resposta se buscava.

Com a chegada e a expansão do **cristianismo**, entretanto, foi introduzido um novo conjunto de ideias. Se, para os gregos, “a vida virtuosa era inseparável da vida racional” e a razão era encarada como “fonte de sabedoria prática” (Rachels, 2003: 246), para os cristãos o fundamento da virtude remetia-se para Deus, pelo que “a vida moralmente correcta era a obediência aos mandamentos divinos” (*ibidem*). A razão era desvalorizada e desconsiderada, estando o fim do homem situado não nele, mas para além dele.

Após o Renascimento, e com a filosofia das Luzes, retomou-se uma perspectiva secular da moral (com a correspondente re-valorização da razão humana), mas não nos mesmos termos que na antiga Grécia – o acento era agora colocado não na virtude ou no carácter, e sim na **acção** decorrente de uma **obrigação**:

A Lei Divina foi substituída pelo seu equivalente secular, algo designado como *lei moral*. A lei moral, que se dizia brotar da razão humana em vez da vontade divina, era concebida como um sistema de regras especificando as acções correctas. O nosso dever como pessoas morais é, dizia-se, seguir as suas directivas (Rachels, 2003: 246).

Tratava-se, portanto, de esclarecer a questão de saber, em cada momento, “qual a coisa certa a fazer”. Estas éticas de feição deontológica tiveram, a partir de Kant, desenvolvimentos em domínios mais específicos, como sucedeu, já no século XX, com a “**ética do discurso**”, de Karl-Otto Apel e de Jürgen Habermas, ou com a “**teoria da justiça**”, de John Rawls.

Paralelamente, desenvolveram-se outras correntes de pensamento que enfatizavam não a acção e a bondade dela em si, mas a sua melhor ou pior adequação a certos resultados que se pretendia atingir. Daí que nesse contexto se impusesse, enquanto critério prevalecente do juízo ético, a avaliação das **consequências** dos actos de cada um – ou a ponderação da sua maior ou menor **utilidade** para o maior número possível –, como é típico das chamadas **doutrinas utilitaristas**.

Na esteira de pensadores como Hobbes e Rousseau, desenvolveu-se igualmente uma perspectiva “**contratualista**” da filosofia moral, remetendo a fundamentação do

imperativo ético já não para deus ou para os factos morais, mas antes de tudo para as necessidades de convivência dos seres humanos entre si. Nesta abordagem, as regras morais são, basicamente, “as regras necessárias para nos permitir obter os benefícios da vida em sociedade” (Rachels, 2003: 204), estando todos nós vinculados por um “contrato social” cujo cumprimento nos traz vantagens sobre a vida em “estado de natureza” (*ibidem*), onde cada um supostamente tentaria apenas sobreviver, por si, o melhor possível.

Em tempos mais próximos de nós, já por meados do século XX, assistiu-se à redescoberta – e, em alguma medida, à releitura – das éticas gregas e do seu apelo à virtude, o que fez emergir diversas teorias habitualmente chamadas **neo-aristotélicas** cuja originalidade (visível, por exemplo, nas propostas de Martha Nussbaum) reside em encontrar respostas adequadas a questões complexas do mundo contemporâneo, como o imperativo moral de combater a pobreza, de lutar contra as desigualdades sociais à escala mundial e de possibilitar a todos uma vida humanamente digna. Alasdair MacIntyre, com a sua célebre obra “*After virtue*” (1981), é outro dos nomes importantes do pensamento ético actual que mergulha as suas raízes nas éticas teleológicas gregas.

Complementarmente, a atenção aos novos problemas do mundo contemporâneo – e uma nova sensibilidade relativamente a alguns velhos problemas – fez, por seu lado, emergir abordagens éticas mais focadas na relação próxima e empenhada entre as pessoas, como é o caso da chamada “**ética dos afectos**”⁷, desenvolvida particularmente por pensadoras ligadas às correntes feministas (há quem prefira, aliás, chamar-lhes precisamente “éticas feministas”, como pode ver-se em P. Singer, 1995) e chamando a atenção para aspectos do contacto, da proximidade, da empatia, do *sentir* e não só do *pensar*, que tendem a ser desvalorizados pelas éticas clássicas de estereótipo ‘masculino’.

De tudo isto, poderíamos sintetizar (sem pretensões de exaustividade, antes tomando em conta os propósitos específicos deste trabalho) as linhas fundamentais do debate ético contemporâneo em quatro grandes perspectivas, reafirmando que elas não se opõem ou excluem mutuamente de modo radical e, pelo contrário, devem com vantagem ser vistas numa lógica de complementaridade em múltiplos aspectos. Eis as suas especificidades, que de seguida tentaremos aprofundar:

⁷ A expressão pretende traduzir a expressão anglo-saxónica mais corrente de “*ethics of care*”, de acordo com o revisor português da tradução da obra de Rachels (2003).

- 1) Uma cujo enfoque ético se situa na **acção** e que, de acordo com a tradição iluminista das éticas **deontológicas**, faz depender a conduta moral da observância estrita da norma ou dever (*déon*) moral, racionalmente justificado;
- 2) Uma que enfatiza preferencialmente o **resultado** da acção e que faz, portanto, depender o juízo ético das consequências a que ela conduza, na esteira da filosofia **utilitarista** entendida em sentido mais geral (independente de algumas variantes);
- 3) Uma que privilegia a **relação** entre sujeitos associados a, e dependentes de, um viver comum em sociedade, do qual decorre a necessidade de **contratualizar** princípios e regras de convivência que sejam fonte de benefícios para todos;
- 4) Enfim, uma que coloca o acento tónico no **agente**, e, assim, se ocupa mais do **carácter** e das **virtudes** do sujeito moral do que das suas acções e obrigações, vendo ali o caminho adequado para que atinja a finalidade (*télos*) suprema de uma “vida boa” (*eudaimonia*).

3.1. - *Ética deontológica, ou do dever moral*

O elemento essencial da moderna ética iluminista desenvolvida sobretudo por Immanuel Kant (1724-1804) é o de que as regras morais têm um carácter absoluto e imperativo, não devendo nunca colocar-se a questão de deixar de as cumprir com base em supostos cálculos de obtenção de uma melhor consequência ou de adequação a uma melhor finalidade última. E isso é assim, na ideia do filósofo alemão, por razões intrínsecas ao próprio ser humano: pela sua simples condição de ser racional. Não é a deus, ao universo ou a qualquer ordem natural exterior ao ser humano que vai buscar-se o fundamento da norma moral e da sua obrigatória observância: é à razão, exercida na prática de modo autónomo, nisso radicando a essência da dignidade de todo o ser humano.

A palavra “dever” tem diferentes acepções, e nem todas têm a força de uma imposição categórica como quando se fala do dever moral⁸. Alguns deveres sugerem apenas que façamos determinadas acções “desde que” queiramos obter a satisfação de determinados desejos: por exemplo, “*deves praticar muito se queres tornar-te um bom*

⁸ Ao contrário do que sucede na língua portuguesa, o inglês é particularmente sensível à polissemia do termo, oferecendo palavras diferentes para os usos diferentes. Veja-se como a nossa expressão “tu deves” pode ser traduzida, de acordo com o que se pretende efectivamente dizer, por “*you must*”, “*you should*”, “*you ought to*”, “*you are supposed to*”... Todas declinam o “dever”, mas com uma força de obrigatoriedade muito desigual.

jogador de xadrez”. Estamos aqui, de acordo com a perspectiva kantiana, confrontados com “**imperativos hipotéticos**” (Rachels, 2004: 176), pois poderemos não os observar se decidirmos abdicar dos nossos desejos relativamente à questão. Trata-se, pois, de imperativos por natureza “pragmáticos” e não “éticos” (Merrill, 2000: 62).

Já não é assim no caso dos deveres morais: esses não nos dizem que os observemos “desde que”, mas que os observemos pura e simplesmente. Decorrem de um “**imperativo categórico**”, aquele que Kant enunciou nestes termos: “*Age apenas de acordo com uma máxima tal que ao mesmo tempo possas desejar que ela se torne uma lei universal*” (cit. em Merrill, 2000: 62). E se os primeiros deveres são compreensíveis porque temos desejos ou objectivos a cumprir, estes segundos são inteligíveis apenas pelo facto de termos razão, de sermos seres racionais – não esquecendo que essa é uma característica universal e, portanto, comporta a mesma exigência para todos os homens. Uma exigência sem condições *a priori* ou *a posteriori*:

A regra moral não é, por exemplo, que devemos ajudar as pessoas *se* nos importamos com elas ou *se* temos outro objectivo que possamos alcançar ao auxiliá-las. A regra é, pelo contrário, que devemos ser prestáveis para as pessoas *independentemente* dos nossos desejos ou necessidades particulares (Rachels, 2004: 176, realces do autor).

O facto de a moralidade, nesta perspectiva, significar basicamente que devemos guiar a nossa conduta pelo cumprimento escrupuloso de um conjunto de regras universais – regras morais imperativas e válidas, sem excepção, em todas as circunstâncias – é que nos permite falar numa ética de cariz deontológico, uma “ética dos deveres”, embora alguns autores admitam que essa classificação é um pouco redutora para a ambiciosa construção elaborada por Kant. Para além desta ênfase “prescritivista”, como diz Sanders (2003), ele procurou encontrar um suporte e uma fundamentação objectiva para os deveres morais, distanciando-se de quantos sugeriam que o homem só age em função dos seus desejos ou inclinações (e distanciando-se, especificamente, de pensadores como Hume e da sua conhecida “falácia naturalista”, segundo a qual nunca seria possível fazer decorrer um “deve ser” de um “é”). Kant, pelo contrário,

quis mostrar que há razões objectivas para agir moralmente, baseando a ética na razão, considerada independentemente da experiência empírica (Sanders, 2003: 18/19).

Só assim pode, de resto, responder à pergunta que seria óbvio fazer-lhe: quais são, de onde vêm, que em que radicam, como se legitimam, esses tais deveres morais a que todos estamos obrigados? A resposta encontra-se no exercício humano da razão, ou seja, no interior do próprio homem, de tal modo que negar esses deveres morais corresponderia

a negar a mesma razão. E a definição concreta de tais normas encontra-se no seu carácter universal: deve fazer-se tudo aquilo que se entende que todos devem também fazer. Ou seja, há restrições racionais ao que podemos ou não podemos fazer: se eu quero proceder de determinado modo (eventualmente prejudicando outros), tenho de conceder a todos os outros o direito de procederem do mesmo modo para comigo (o que redundaria em prejuízo também para mim); pelo contrário, ao agir correctamente, faço-o na pressuposição racional de que todos os outros, seres racionais como eu, devem também agir correctamente, com benefício para todos. Estes deveres morais acabam por ser vinculativos para todos os seres racionais simplesmente porque são racionais, o que significa que “uma pessoa que não aceitasse este princípio seria culpada não apenas de ser imoral mas igualmente de ser irracional” (Rachels, 2004: 185). E esta é uma inovação importante da ética kantiana:

A ideia fundamental está relacionada com o pensamento de que o juízo moral tem de se apoiar em boas razões – se é verdade que devemos (ou não devemos) fazer tal ou tal coisa, então tem de existir uma razão pela qual devemos (ou não devemos) fazê-la. Por exemplo, podemos pensar que não devemos atear fogos florestais porque se destruiriam bens alheios e morreriam pessoas. A inovação kantiana consiste em fazer notar que *quaisquer considerações que aceitemos como razões num dado caso, temos também de aceitar como razões noutras casos*. Se houver outro caso no qual se destruiriam bens alheios e morreriam pessoas, também nesse caso temos de aceitar isso como uma razão a favor da nossa acção. De nada serve dizer que aceitamos razões algumas vezes, mas não sempre; ou que as outras pessoas devem respeitá-las e nós não. As razões morais, se são mesmo válidas, são vinculativas para todas as pessoas em todos os momentos (Rachels, 2004: 185, realce do autor).

Este absoluto respeito pela razão humana e pela inalienável dignidade de todos os seres racionais – rejeitando que qualquer pessoa se permita encarar-se como “especial” do ponto de vista moral – levou, aliás, a que Kant complementasse a definição inicial do seu “imperativo categórico” com uma segunda formulação: *“Age de tal forma que trates a humanidade, na tua pessoa ou na pessoa de outrem, sempre como um fim e nunca apenas como um meio”* (cit. em Rachels, 2004: 190). Sublinha-se o valor intrínseco, o valor “em si”, de todos os seres racionais pelo facto de serem racionais, ou seja, agentes livres com capacidade de tomar as suas próprias decisões – guiados pela razão. A lei moral é, assim, “a lei da razão”, e “os seres racionais são a encarnação da lei moral em si” (*ibid.*: 191). Respeitar a sua dignidade é respeitar a sua racionalidade, o que obriga a que não se manipule ou use nunca uma pessoa como meio para atingir um qualquer fim, por mais elevado que este eventualmente se apresente; ela, a pessoa, é um fim em si mesmo (ao contrário de outros seres não racionais ou seres inanimados, que para Kant só adquirem valor enquanto meios para beneficiar os fins humanos).

O imperativo moral kantiano, na sua dupla formulação, acaba por ter consequências importantes por exemplo ao nível da justiça, ou mais especificamente quanto ao modo de lidar com criminosos e de aplicar punições. A sua perspectiva aponta para uma lógica “retributivista” (Rachels, 204: 194), que no limite significa “olho por olho, dente por dente”. Ao contrário das doutrinas utilitaristas, que admitem infligir sofrimento a um criminoso porque com isso estão, supostamente, a procurar uma maior felicidade para um maior número de pessoas (as vítimas, reais e potenciais, desse criminoso), a abordagem kantiana não aceita “usar” uma pessoa, qualquer que ela seja, como meio para atingir um qualquer fim, qualquer que ele seja. Isso seria incompatível com a sua dignidade essencial de ser racional. O respeito por essa racionalidade implica, entretanto, que ela seja tratada nos mesmos termos em que tratou os outros: se o fez, fê-lo, à luz do “imperativo categórico”, de um modo tal que a sua acção pudesse vir a tornar-se lei universal. Assim, se alguém ofende alguém, sujeita-se a ser ofendido por outrem, nos mesmos termos e com idêntica proporção. É o que o próprio Kant sugere, a propósito dos princípios em que teria de se basear a aplicação de uma “pena justa”, tanto quantitativa como qualitativamente: “Se atacas outra pessoa, atacas-te a ti mesmo; se matas outra pessoa, matas-te a ti mesmo” (cit. em Rachels, 2004: 198). É, afinal, o próprio criminoso que ‘decide’ o modo como vai ser tratado:

Quando decidimos o que fazer, proclamamos de facto o desejo de ver a nossa conduta erigida em “lei universal”. Logo, quando um ser racional decide tratar as pessoas de certa maneira, decreta que em seu juízo *essa é a forma como as pessoas devem ser tratadas*. Por isso, se em resposta o tratamos da mesma forma, não estamos a fazer mais do que tratá-lo *como ele decidiu* que as pessoas devem ser tratadas. Se ele trata mal os outros, e nós o tratamos mal, estamos a obedecer à sua própria decisão (Rachels, 2004: 201, realces do autor).

Este raciocínio leva às últimas consequências o princípio de que todos os seres racionais devem ser tratados como um fim em si. Sendo racionais, são responsáveis pelo seu comportamento e podem / devem, então, assumir todas as respectivas consequências. Em contrapartida, se não os considerássemos responsáveis pelos seus actos, estaríamos a tomá-los por não racionais, e nesse caso também não se colocaria sequer a questão de os punir, pois tratar-se-ia de um acto gratuito contra um inimputável.

Uma justiça baseada numa lógica utilitarista – a de, em cada momento e situação, procurar sempre o maior bem possível para o maior número possível de pessoas – segue por caminhos totalmente diversos deste. Embora o seu princípio essencial seja a busca da felicidade e a recusa do sofrimento, admite infligir sofrimento a alguém não como fim em si, mas como uma espécie de “mal menor”, destinado alegadamente a aumentar a

felicidade de um maior número. Mais: admite que a punição de um criminoso é também uma forma de o tratar, de o reabilitar, de o tornar melhor, e daí novamente a justificação do meio negativo utilizado (uma punição) para o bom fim pretendido (uma reabilitação). Esta é igualmente uma perspectiva que não se ajusta ao pensamento kantiano, segundo o qual a própria ideia de reabilitação de alguém ofende a sua racionalidade e o seu direito de decidir o que fazer; querer “tratá-la” seria querer transformá-la naquilo que “nós” pensamos que “ela” deveria ser, o que viola o seu direito autónomo e inalienável a escolher que tipo de pessoa quer ser – com as inerentes consequências, claro.

Reconhecendo-se embora a solidez e profundidade do sistema ético kantiano – o filósofo britânico Roger Scruton (cit. em Sanders, 2003: 18) escreveu mesmo que se trata de “uma das mais belas criações alguma vez saídas da mente humana” –, não é menos verdade que ele tem suscitado algumas dúvidas e divergências.

A primeira questão tem a ver com o facto de aqui se encarar o ser humano como um ser ideal, absolutamente racional em toda a sua pureza. Sabemos, contudo, que os homens concretos, no mundo concreto, em situações concretas, não são apenas movidos pela pura razão: têm emoções, inclinações, desejos, paixões. E o que, no plano teórico, parece lógico e defensável, na prática acaba por ser bem mais complexo. Além de que, mesmo sendo todos racionais, não exercitam a razão exactamente nos mesmos termos, e o que a um parece ineludivelmente racional não o parecerá necessariamente a outro.

Uma segunda objecção a esta abordagem tem a ver com o facto de a regra moral, nos moldes definidos por Kant, ser de tal modo rígida e categórica que não consente excepções, sejam quais forem as circunstâncias. Por exemplo, o dever moral impede-nos de mentir; mas não seria legítimo (ou “menos mau”) mentir numa situação extrema tal que, por hipótese, nos permitisse salvar uma vida humana? Se somos responsáveis por todos os nossos actos, não seríamos, nesse caso, também responsáveis pela perda de uma vida humana, provocada pelo facto de termos insistido no “dever absoluto” de dizer a verdade – quando infringir esse dever poderia tê-la salvo? Este argumento parece não colher junto da lógica kantiana, que prefere insistir sempre em que evitemos “o mal conhecido” – mentir “é” um mal –, em vez de tentarmos buscar “o bem incerto” – as consequências da nossa mentira poderiam ser um “bem”, ter uma consequência positiva, mas nunca sabemos isso com toda a certeza (Rachels, 2004). Apesar de tudo, há seguidores do pensamento kantiano que, com alguma subtilidade de raciocínio – e usando os próprios pressupostos lógicos do filósofo alemão –, encontram uma saída para este problema: admitem que se abra uma excepção a determinada regra moral, desde que essa

excepção se torne, ela mesma, em regra moral de aplicação universal. Voltando ao exemplo da mentira como meio para salvar uma vida humana: a regra “não deves mentir” seria, no caso, substituída pela regra “deves mentir quando isso te permita salvar uma vida humana”, e o agente, ao tomá-la para si, obrigatoriamente aceita também que ela se torne regra universal.

Mesmo no seio de uma estrutura kantiana, as regras não precisam de ser encaradas como absolutas. Tudo o que a ideia fundamental de Kant exige é que quando violarmos uma regra o façamos por uma razão que estivéssemos dispostos a ver aceite por todos numa situação idêntica (Rachels, 2004: 186).

É, como se vê, um caminho sugestivo mas também perigoso. Se, por um lado, pretende escapar às tentações de relativismo ou subjectivismo (e daí a insistência no carácter universal da excepção transformada em nova regra), por outro deixa terreno aberto para a formulação das mais variadas excepções, aparentemente negando o princípio em que procurava alicerçar-se.

Uma terceira objecção a uma ética de normas absolutas, e que se liga de algum modo com a anterior, tem a ver com as situações de conflito de normas: que fazer quando, para uma mesma acção, há mais do que um dever moral a reclamar a sua aplicação? Se todos são absolutos e categóricos, e se estão numa situação conflituante, em que critérios posso basear-me para observar um – sabendo que isso significa desrespeitar outro(s)? Raciocinar em termos de optar por um “mal menor” ou por um “bem maior” parece não se compadecer muito com uma lógica que recusa qualquer perspectiva instrumental das normas morais ou a sua utilização como um meio necessário em nome de um fim. Considerar que há normas mais absolutas do que outras parece igualmente difícil, uma vez que todas elas se fundamentam em razão. Não se vê, portanto, uma saída fácil – a não ser, quando possível, a que atrás se evidenciou através da criação de uma nova regra decorrente de uma excepção, por força do caso concreto que pretendia resolver bem.

3.2. - Ética consequencialista, ou da utilidade

Muitos dos dilemas decorrentes de uma ética de tipo deontológico – ou “do dever” – não chegam sequer a colocar-se quando a perspectiva do agente se orienta já não tanto para a maior ou menor justeza e correcção da acção em si, mas essencialmente para os resultados que dessa acção possam decorrer. Uma ética de tipo consequencialista olha antes de mais, como a própria palavra diz, para as consequências das acções humanas,

inscrevendo nelas a medida essencial de avaliação da sua moralidade. Aqui, a acção não é olhada apenas em si, pois não pode nunca ser dissociada (ao contrário do que pretende Kant) do que ela própria venha a causar. A boa acção é a que produz o bom resultado, e por isso admite-se que, em nome de um bom fim, se procure o meio mais adequado, mesmo porventura à custa dos imperativos ditados pelas nossas convicções interiores (recorde-se a dicotomia de Weber, atrás apontada, entre “ética das convicções” e “ética da responsabilidade”).

Esta abordagem ética associa-se habitualmente à corrente filosófica do utilitarismo (cujo âmbito não se restringe à moral, mas antes, ou até sobretudo, à filosofia política e a princípios condutores das reformas sociais e económicas), que mergulha raízes em David Hume e que ganhou expressão sobretudo com os pensadores ingleses Jeremy Bentham (1748-1832) e John Stuart Mill (1806-1873). Bentham foi, aliás, o criador do termo “utilitarismo”, que haveria depois de dar título a uma das mais conhecidas (a par de *On Liberty*) obras de Stuart Mill. O ponto essencial tem a ver, então, com associar a moralidade não à fidelidade a um conjunto de regras racionalmente definidas, ou à adequação a mandamentos de origem divina, mas tão só ao “esforço de trazer a este mundo tanta felicidade quanto possível” (Rachels, 2003: 136). E as acções humanas acabam por ser avaliadas precisamente em função da sua maior ou menor utilidade para este fim último – o da felicidade do maior número de pessoas. Por aqui, aliás, se percebe que esta é, além de consequencialista, uma ética também de tipo teleológico⁹, pois ‘mede’ não só os resultados da acção no imediato, como inscreve essa preocupação num objectivo mais vasto e ambicioso em termos de “*summum bonum*”, de finalidade da vida dos homens na terra. Para Stuart Mill, as coisas eram assim colocadas: se o fim da acção humana é a felicidade das pessoas, então esse é também, necessariamente, o padrão da moralidade.

Bentham definiu nestes termos concretos o “princípio da utilidade” que fundamenta a doutrina utilitarista:

Pelo princípio de utilidade designa-se aquele princípio pelo qual todas as acções se aprovam ou desaprovam em função da tendência que pareçam ter para aumentar ou diminuir a felicidade de quem tem os seus interesses em causa; ou, o que é a mesma coisa dita por outras palavras, para promover ou opor-se à felicidade (cit. em Rachels, 2003: 136).

⁹ Dupuy (2001: 38) refere-se, aliás, ao utilitarismo como “o representante mais importante do liberalismo teleológico”, que contrapõe ao liberalismo deontológico de Kant (e, na sequência, de John Rawls), sublinhando que o primeiro sustenta a prevalência do bem sobre o justo, enquanto o segundo “dá prioridade absoluta ao justo sobre o bem”.

Compreende-se que, nesta base, as acções humanas não são consideradas intrinsecamente boas ou más, de um ponto de vista moral: elas são apenas consideradas “melhores ou piores” (Sanders, 2003: 20), conforme se ajustam ao maior bem procurado. Por isso não devem estar dependentes de regras prévias absolutas ou dogmáticas, uma vez que não são estas, e sim o princípio de conseguir a maior felicidade para o maior número de pessoas, quem nos dá “a medida do que é certo ou errado” (*ibid.*: 19).

A esta luz se compreende, por exemplo, uma posição favorável à eutanásia, ou “morte misericordiosa”, que um utilitarista naturalmente adopta: o dever moral de “não matar” é, aqui, relido em função da maior felicidade (ou menor sofrimento) que pode acarretar às pessoas envolvidas, e ultrapassado em nome desse “bem maior” que pretende atingir¹⁰. E o “bem maior”, repete-se, é sempre a felicidade humana. Mas nem só humana, de resto: um posicionamento moral deste tipo (ao contrário do de Kant) leva igualmente em consideração os seres não racionais, uma vez que se sabe que, embora não sejam racionais, podem sofrer. Ora infligir-lhes sofrimento sem qualquer justificação – ou seja, sem o propósito de por essa via obter um “bem maior” para um maior número – é também moralmente condenável, pois contribui para causar infelicidade sem necessidade.

Em síntese, uma abordagem utilitarista da ética acentua estes três vectores:

- (1) As acções devem considerar-se moralmente correctas ou erradas somente em função das suas **consequências**;
- (2) Na avaliação de tais consequências, o que é relevante é a maior ou menor **felicidade** que elas acarretam;
- (3) A felicidade de todas e cada uma das pessoas conta **por igual**, sem distinções.

Uma ética consequencialista levanta também algumas controvérsias e objecções. Admitindo sem dificuldade que a ponderação das consequências de uma dada acção é um princípio com o seu valor, torna-se mais complicado adoptar esse como o único e exclusivo critério de avaliação da acção. No limite, fica aberto caminho para a justificação

¹⁰ Uma questão que poderia colocar-se quanto a este exemplo concreto, segundo nota Rachels (2004), é a seguinte: defendendo-se a eutanásia de um ponto de vista moral, deve ela ser defendida também de um ponto de vista legal? De acordo com o pensamento utilitarista em termos globais (vimos no capítulo anterior como Stuart Mill é um dos suportes essenciais das doutrinas liberais ou “libertárias”, que colocam acima de tudo a liberdade dos indivíduos e rejeitam quaisquer proibições, a não ser as necessárias para preservar o bem dos outros), parece claro que sim. Uma lei proibindo a eutanásia não poderia ser defendida por um utilitarista, não só porque impede que se obtenha um maior bem-estar naquela situação, mas também porque significaria uma restrição inaceitável ao “direito absoluto” de cada um dispor da sua própria vida.

de todos e quaisquer meios em nome apenas dos fins prosseguidos, algo que Maquiavel transportou com mestria para o domínio particular da acção política.

Pensar apenas em termos de consequências pode ser incompatível com princípios de justiça e com direitos humanos elementares. Por exemplo, sacrificar uma pessoa presumivelmente inocente (porque não comprovadamente culpada) só porque com isso se pensa apaziguar as iras de uma multidão perigosamente revoltada – e, assim, contribuir para aumentar a sua felicidade, além da de toda a comunidade, em moldes preventivos – poderá ser em alguma circunstância defensável? Não terão de ser estabelecidos limites, antes mesmo de considerar os resultados?

A noção de um direito pessoal não é uma noção utilitarista. Bem pelo contrário: é uma noção que estabelece limites à forma como um indivíduo pode ser tratado, independentemente dos bons objectivos que poderiam ser alcançados (Rachels, 2003: 159).

Voltada apenas para a avaliação dos resultados futuros, a doutrina utilitarista parece esquecer que a conduta moral depende também de aspectos presentes e mesmo passados. O respeito pela palavra dada ou o cumprimento de uma promessa são, por exemplo, obrigações (assumidas previamente) que podem justificar o cumprimento de determinadas acções, mesmo que no momento da sua efectivação elas já não pareçam tão atractivas em termos de consequências ou de contributo para a felicidade própria.

Não obstante, o utilitarismo fornece-nos – um pouco à imagem do senso comum, que tende a avaliar as acções sobretudo pelos efeitos que elas provocam – alguma base palpável em que alicerçar a nossa conduta moral. No fundo, ajuda-nos a perceber que certas coisas não devem fazer-se porque têm consequências negativas para outros, ou até para nós próprios. Ao contrário das éticas deontológicas estritas, aqui não se trata de cumprir um dever apenas “porque sim”, de modo mecânico, sem porventura entender qual a sua bondade ou justificação mais funda. Este é uma vantagem relativa da doutrina, sobretudo do ponto de vista do tal senso comum (Rachels, 2003: 164), pois não remete o juízo sobre a correcção das acções moralmente desejáveis para misteriosas definições, antes as faz decorrer do bem que produzem. Do mesmo modo, mostra que o respeito dos direitos das pessoas é bom porque, desde logo, lhes acarreta benefícios efectivos.

O desenvolvimento desta filosofia específica procurou também ultrapassar uma das debilidades da sua formulação clássica, a saber, o facto de ter como pressuposto que cada acção individual teria de ser avaliada, casuisticamente, em relação ao princípio da utilidade – algo que parece complicado, desde logo por razões de ordem prática. Daí que tenha surgido uma formulação voltada para definições mais latas desse princípio – o chamado

“**utilitarismo das regras**”, como complemento ao originário “**utilitarismo dos actos**” (Rachels, 2003; Merrill, 2000). Ao adoptarmos regras de conduta estabelecidas segundo o princípio da procura da maior felicidade possível para o maior número de pessoas, estaríamos, assim, já ‘desobrigados’ de proceder a uma análise caso a caso. Além disso, esta versão do utilitarismo (que alguns designam também por “utilitarismo indirecto” – cf. Blackburn, 1997: 447) poderia ser aplicada já não só no domínio das relações pessoais, mas igualmente no das próprias linhas de conduta genérica de instituições políticas ou sociais: concordando com a ideia inicial de Stuart Mill, as boas instituições públicas seriam aquelas que se regessem também pelo princípio da utilidade, procurando maximizar a procura da felicidade para o maior número possível de cidadãos.

É assim que esta “espécie de síntese de cristianismo e hedonismo”, na expressão de Merrill (2000: 85), procura suscitar a procura da felicidade para o outro e para si próprio, aí encontrando a fundamentação última de uma conduta moralmente desejável.

3.3. - Ética contratualista, ou do acordo

Da fundamentação dos princípios que orientem uma conduta moral se ocupam também as éticas ditas contratualistas. Diferentemente das éticas deontológicas (com ênfase na acção correcta, ligada ao cumprimento das normas), consequencialistas (com ênfase nos resultados da acção) ou teleológicas (com ênfase num bem último a perseguir), a doutrina contratualista entende a moralidade essencialmente como “a solução de um problema prático que se coloca a seres humanos com interesses próprios” (Rachels, 2003: 204) e que precisam de encontrar um modo adequado de viver em sociedade:

Todos queremos viver tão bem quanto possível, mas ninguém pode prosperar sem uma ordem social pacífica e cooperante. E não podemos ter uma ordem social pacífica e cooperante sem regras. As regras morais são apenas, pois, as regras necessárias para nos permitir obter os benefícios da vida em sociedade. É essa [de acordo com a doutrina do “contrato social”] a chave para a compreensão da ética e não Deus, o altruísmo ou os “factos morais” (Rachels, 2003: 204).

Esta doutrina foi inicialmente desenvolvida pelo filósofo inglês Tomas Hobbes (1588-1679), associando-se muito, embora por formas nem sempre coincidentes, também ao pensador francês Jean-Jacques Rousseau (1712-1778) e ao seu célebre “*O Contrato Social*”, uma obra de 1762. O ponto de partida de Hobbes, ao contrário da chamada tese do “bom selvagem” de Rousseau, foi a constatação de que os homens, deixados entregues a si próprios em estado de natureza, se envolveriam numa competição em defesa dos seus interesses particulares que tornaria a vida intolerável – seria, nas suas próprias palavras,

uma situação de “guerra de todos contra todos”. Daí a necessidade de encontrarem modos de cooperação, regras de convivência generalizadamente respeitadas numa base de confiança mútua, como forma de aumentar o bem de cada um e de todos no conjunto. Os homens acabam por estabelecer, de modo implícito, uma espécie de contrato segundo o qual se obrigam todos a respeitar um conjunto de normas; para além disso, concordam também com a atribuição a uma entidade terceira (o Estado, o governo) de poderes de aplicação das normas e fiscalização do cumprimento do “contrato” por todos. E é no conjunto dessas regras contratualizadas que basicamente consiste a moralidade, num contexto que nos permite já não só olhar pelos nossos interesses particulares, mas pelo bem-estar de todos. Um contexto que, simultaneamente, decorre do estado de natureza inicial e contribui para o ultrapassar:

Só no contexto do contrato social podemos tornar-nos seres beneficentes, porque o contrato cria as condições sob as quais podemos dar-nos ao luxo de cuidar dos outros. No estado de natureza é cada um por si; aí, seria estúpido alguém adoptar a política de “olhar pelos outros”, porque só se poderia fazer isso à custa de colocar permanentemente os seus interesses em risco. Mas em sociedade o altruísmo torna-se possível. Ao libertar-nos do “medo contínuo de uma morte violenta”, o contrato social liberta-nos para cuidar dos outros (Rachels, 2003: 208).

É esta “mudança admirável”, segundo as palavras do próprio Rousseau no seu *“O Contrato Social”*, que ocorre quando “a voz do dever toma o lugar dos impulsos físicos e o direito o lugar do apetite”, o que faz com que o homem, até aí “apenas preocupado consigo próprio”, se sinta “forçado a agir segundo outros princípios, e a consultar a sua razão antes de dar ouvidos às suas inclinações” (cit. em Rachels, *ibidem*). Daqui, então, a concepção de moralidade na lógica contratualista:

A moralidade consiste no conjunto de regras, governando a forma de as pessoas se tratarem entre si, que todas as pessoas acordam aceitar, para benefício mútuo, na condição de os outros seguirem também essas regras (Rachels, *ibid.*: 209).

Um aspecto importante decorre do facto de se entender (e não apenas de modo retórico) que, vivendo em sociedade, uma pessoa com uma atitude e uma prática de cooperação pode obter resultados mais interessantes para todos, e inclusivamente para si própria, do que agindo a pensar apenas nos seus interesses específicos. Este ponto é eloquentemente ilustrado pelo célebre “dilema do prisioneiro” – entretanto glosado e desenvolvido com a chamada “teoria dos jogos” –, que mostra como uma postura “benevolente”, atenta também às necessidades do outro, pode produzir melhores efeitos do que uma postura “egoísta”, preocupada apenas com as suas necessidades. O pressuposto é que, numa sociedade em que se vive de modo interdependente, as nossas decisões também se articulam com as decisões dos outros. O “dilema do prisioneiro” ilustra bem como uma

pessoa apostada em querer todo o bem para si e nenhum para o vizinho acaba por conseguir um mau resultado pessoal quando a decisão do vizinho é igualmente egoísta (como seria seu direito, numa lógica de natural reciprocidade); em contrapartida, se uma pessoa é benevolente e admite não ficar com todo o bem para si mas, ao invés, aceita ‘reparti-lo’ com o outro, acaba por obter um resultado melhor – não o ideal, mas o menos mau – tanto para si como para o vizinho, de novo no pressuposto de que o vizinho actuou, reciprocamente, com uma preocupação benevolente. E o aparente paradoxo reside aqui: pode atingir-se um melhor resultado pessoal se *não* se fizer o que parece corresponder aos meros interesses individuais de cada um. Ou seja, se em vez disso se optar por cooperar – estabelecendo em “contrato” um conjunto de regras de convivência devidamente observadas por todos e fiscalizadas por uma entidade fiável.

A vantagem mais óbvia de uma teoria contratualista da moral tem a ver com a aparente facilidade de definir quais as regras morais obrigatórias: neste cenário, seriam apenas as que fossem julgadas “necessárias à vida em sociedade” (Rachels, 2003: 215)¹¹. Do mesmo modo, é relativamente simples justificar por que motivo devemos seguir essas regras: porque é mais vantajoso, para todos e cada um, viver numa sociedade na qual essas regras são aceites por todos, permitindo-nos confiar nisso mesmo. Parecem igualmente claras as condições em que podemos infringir as regras estabelecidas: se a base é o contrato vinculando todos, há uma obrigação de reciprocidade e, por isso, quando uma pessoa desrespeita as regras, de algum modo liberta as outras pessoas da obrigação de as respeitarem em relação a ela.

Quanto aos aspectos negativos, a objecção mais recorrente que é feita à teoria do contrato social sugere que ela é apenas fruto de uma “ficção histórica” (Rachels, 2003: 222), pois em nenhum momento se assistiu, realmente, à elaboração desse “contrato” que permitiu a passagem do estado de natureza ao da sociedade ordenada e cooperante, nem foi pedido a qualquer de nós que desse o seu assentimento às regras estabelecidas. Porquê, então, cumprir um conjunto de normas que não negociámos explicitamente? A esta

¹¹ Esta vantagem deve ser encarada, apesar de tudo, de um modo relativo. Não parece defensável que as regras morais contratadas o sejam de modo totalmente arbitrário, apenas em função dos desejos das partes, pois há normas ou princípios de convivência, por assim dizer, constitutivos da própria vida em sociedade, sem as quais ela nem sequer sobreviveria enquanto tal. Por exemplo, não se imagina uma sociedade em que os seus participantes não concordassem todos em respeitar a vida e a integridade física dos seus semelhantes, ou em que não se obrigassem a dizer a verdade; num caso e noutro, os próprios fundamentos de uma existência colectiva ficariam comprometidos, pois ninguém estaria seguro ou confiante em qualquer situação. Parece, assim, haver algumas proto-normas morais absolutas e universais (Christians, 1997), prévias a qualquer outra contratualização, porque condições *sine quae non* da própria existência humana em sociedade. É assunto que retomaremos adiante.

questão pode responder-se que o contrato social é um “contrato implícito” na nossa vivência social e ao qual nos vamos associando mais pelas nossas acções do que pelas nossas palavras, “à medida que participamos nas instituições sociais e aceitamos os benefícios da vida em sociedade” (*ibidem*). O pressuposto natural é o de que assumimos certas regras como obrigatórias porque elas redundam em benefício de todos e cada um de nós (não o benefício “absoluto” que poderíamos desejar de modo egoísta, mas o benefício “relativo” que decorre da cooperação). Assim, o problema coloca-se nestes termos:

Talvez ninguém tenha explicitamente prometido obedecer; no entanto, ao juntar-se ao jogo, cada pessoa implicitamente aceita seguir as regras que tornam o jogo possível. É *como se* todos tivessem concordado. A moralidade é assim. O jogo é a vida em sociedade; derivam-nos dela enormes benefícios, e não queremos abandonar esses benefícios; mas, de maneira a jogar o jogo e obter os benefícios, temos de seguir as regras (Rachels, 2003: 224, realce do autor).

Uma segunda objecção tem a ver com as implicações desta teoria para os nossos deveres face a seres incapazes de participar no contrato, trate-se dos seres não humanos, trate-se de pessoas com deficiências impeditivas de uma adesão efectiva às obrigações do “acordo”. O princípio da reciprocidade sugere, aparentemente, que não teríamos qualquer obrigação de respeitar as regras morais na relação com seres incapazes de proceder do mesmo modo, uma vez que não têm condições reais de ser parte do contrato. Parece evidente, contudo, que o simples enunciado dessa ideia merece uma recusa liminar, chegando a ser chocante: se há pessoas relativamente às quais sentimos particulares obrigações de respeito e solidariedade, por imperativo moral, são precisamente as pessoas com algum tipo de deficiência que as impede de participar em pleno na vida social. Daí que uma lógica estritamente contratualista pareça insuficiente para fundamentar e orientar uma conduta eticamente exigente e com carácter universal.

Uma referência especial deve ser feita aqui às propostas do filósofo contemporâneo John Rawls, pois, embora a sua abordagem da ética se situe na esteira das perspectivas deontológicas oriundas de Kant (baseadas na autonomia da razão e na recusa da arbitrariedade, na prevalência do “justo” sobre o “bem”, na adesão a “obrigações e interditos absolutos” (Dupuy, 2000: 15)), também não é menos certo que ele desenvolveu uma teoria assumidamente contratualista da moral. Ele próprio o diz na sua obra emblemática, *“Uma Teoria da Justiça”* (1971):

“O meu objectivo é apresentar uma concepção da justiça que generalize e eleve a um nível de abstracção mais alto a teoria bem conhecida do contrato social tal como se encontra, entre outros, em Locke, Rousseau e Kant” (cit. em Dupuy, 2000: 56).

Em síntese, a proposta de Rawls baseia-se na visão de uma metafórica “posição original” – correspondente ao estado de natureza de Hobbes – na qual todas as pessoas, em situação de igualdade, decidiriam, e acordariam entre si, a estrutura social em que passariam a viver, bem como as regras essenciais que aceitariam respeitar. Mas, para o fazer de modo não só racional como, sobretudo, justo e equitativo, teriam de estar protegidas por um “véu de ignorância” que excluísse dos seus cálculos todos os interesses parciais e particulares, bem como todas as situações de desigualdade intelectual, física, psicológica, emocional, social, que acabam por condicionar as suas opções¹². Só nessas circunstâncias hipotéticas estariam garantidas as condições de imparcialidade, liberdade e racionalidade para as escolhas a fazer, dando a todos o acesso aos “bens primeiros” que o contrato social depois teria obrigatoriamente de preservar. Daqui decorre a sua ideia própria de justiça – a “**justiça como equidade**” [*justice as fairness*], pois se obriga a respeitar a todos por igual, como posição de partida, e não a ser submetida a arranjos políticos ou outros que decorram de estatuto ou de situações de desigualdade entre os seres humanos.

Rawls entende que, nessas condições originais em que todos os homens seriam perfeitamente iguais, a escolha racional apontaria necessariamente para princípios de justiça, que ele subdivide em dois: o **princípio da igualdade** (cada pessoa “deve ter um direito igual ao sistema mais extenso de liberdades de base iguais para todos que seja compatível com o mesmo sistema para os outros” – Dupuy, 2000: 71), e o **princípio da diferença** (“as desigualdades sociais e económicas devem ser organizadas de tal maneira que, simultaneamente, dêem aos mais desfavorecidos as melhores perspectivas e sejam ligadas a funções e abertas a todos, de acordo com a justa igualdade de oportunidades” – *ibidem*). Por um lado, trata-se de assegurar que todos os homens tenham direito às mesmas liberdades fundamentais, considerando-as prioritárias e independentes em relação à desigualdade de estatuto ou de fortuna; mas, por outro lado, considera-se que essas liberdades “formais” não garantem, só por si, a justiça equitativa, reclamando que, nos

¹² O “véu de ignorância” é uma barreira (metafórica, naturalmente) que procura assegurar a todos uma total imparcialidade quando se trata de determinar os princípios da justiça. “É como se as partes em causa tivessem de fazer um contrato acerca das estruturas sociais básicas, definindo, por exemplo, as liberdades que a sua sociedade permitirá e a estrutura económica que irá aceitar, mas sem saber que papel elas próprias irão ocupar na sociedade. Um sistema social só satisfaz os requisitos da justiça se pôde ter sido racionalmente escolhido, ou ter constituído objecto de contrato, a partir de uma posição deste tipo” (Blackburn, 1997: 456).

diversos domínios da vida activa (económico, social, cultural) seja prestada sempre uma atenção especial aos mais desfavorecidos, para que sejam o menos ‘desiguais’ possível.

As propostas de Rawls são, assumidamente, uma crítica e a busca de uma alternativa às éticas utilitaristas que, como vimos, admitem sacrificar os direitos de alguns – e esses “alguns” tendem, naturalmente, a ser os socialmente mais desfavorecidos –, em nome do bem de um maior número, ou genericamente de um bem colectivo. Pelo contrário, ele entende que nunca podem ser sacrificados certos bens essenciais de todo e qualquer ser humano, por mais frágil que seja, seguindo aqui claramente na esteira de Kant e da sua asserção de que todo o homem é um “fim” em si próprio, sendo ilegítimo usá-lo como “meio” para o que quer que seja. A posição contra uma espécie de “moral da eficácia” que “substitui as relações interpessoais pelo funcionamento harmonioso mas cego, surdo e insensível de uma enorme máquina” (Dupuy, 2000: 43), decorrente da lógica utilitarista e consequencialista, é assumida pelo próprio Rawls em termos taxativos:

“Cada pessoa possui uma inviolabilidade baseada na justiça que, mesmo em nome do bem-estar do conjunto da sociedade, não se pode transgredir. Por isso, a justiça proíbe que a perda de liberdade de alguns possa justificar-se pela obtenção, por outros, de um maior bem. Não admite que os sacrifícios impostos a um pequeno número possam ser compensados pelo aumento das vantagens de que o maior número goza” (cit. em Dupuy, 2000: 39).

Autores como Dupuy (2000) defendem, entretanto, que Rawls vai um pouco mais além da ética kantiana, designadamente procurando “libertá-la” daquilo que nela “resta de metafísico”. O seu cenário metafórico da “posição original”, onde se vão decidir os princípios da justiça, distingue-se da elaboração kantiana baseada num “sujeito transcendental (...) desprovido de qualquer base empírica” (*ibid.*: 60). Ou seja, o cenário rawlsiano situa-se “no contexto da justiça”, que é, apesar de hipotético, um contexto “totalmente empírico”. Invocando a tradição do empirismo associada ao filósofo inglês David Hume, Dupuy sugere que Rawls procura fazer um “casamento” desta tradição com a tradição racionalista de Kant, no que poderia definir-se, para usar uma expressão muito curiosa, como a busca de uma espécie de “kantismo de rosto humeano” (*ibidem*).

3.4. - “Ética das virtudes”, ontem e hoje

Demarcando-se das perspectivas da filosofia moral que ora enfatizavam apenas a **acção**, decorrente do cumprimento de uma norma ou dever, ora insistiam na ponderação das suas **consequências** como critério da boa conduta, uma espécie de “terceira via” foi emergindo e ganhando força, sobretudo ao longo da segunda metade do século XX, que

entendeu reposicionar no centro das preocupações éticas o **agente**, a pessoa responsável pela acção. Mais do que procurar novas respostas para a velha pergunta “o que devo fazer?”, optou por alterar os termos da questão e (re)colocar uma nova pergunta, mais lata e ao mesmo tempo mais funda: “Como devo viver? Que tipo de pessoa devo ser?”

Não se trata propriamente de novas teorias éticas. Pelo contrário, mergulham todas as suas raízes na tradição original dos filósofos gregos – muito em particular Aristóteles, de onde a designação de teorias neo-aristotélicas – e na centralidade que, em matéria do foro ético, a sua reflexão concedia às **virtudes**, aos traços de **carácter** que é preciso ir forjando e que permitem que uma pessoa viva uma vida boa, orientando-se com sabedoria prática, nos passos concretos do dia-a-dia, para uma finalidade maior comum a todos os seres humanos – a da felicidade, esse *summum bonum* que é o desígnio natural do homem. Ao chamar a atenção para esta nova abordagem, a chamada “**ética da virtude**” ou “**das virtudes**” [*virtue ethics*] de algum modo procurou colocar-se acima dessa quase “guerra de extermínio” entre utilitaristas e deontologistas (Pence, 1995: 347), prescindindo de encontrar ‘receitas’ de conduta para a acção moral e optando por insistir tanto no fim último dessa acção (daí a sua filiação teleológica), como no que está, ou deve estar, a montante da acção:

Os defensores da [ética da] virtude, sem necessariamente rejeitarem o utilitarismo ou as teorias baseadas nos direitos, crêem que essas tradições ignoram os traços centrais da vida moral comum relativos ao carácter (Pence, 1995: 348).

Aristóteles encara o homem como um ser a quem foi dada uma vida para viver, com todas as suas potencialidades, e que, portanto, deve colocar-se a si próprio a questão de saber o que fazer com essa vida:

Da mesma forma que o artesão recebe uma matéria-prima para fabricar uma obra acabada, que é o seu fim, cada ser humano recebe a vida como uma matéria-prima à qual deverá dar uma forma tanto quanto possível perfeita (...). Dar uma boa forma à nossa vida é como realizar uma obra artesanal de acordo com um ideal de perfeição (J. Santos, 2001: 25).

Para conseguir fazer isto, é necessário que o homem adquira, desenvolva e exercite de modo habitual as tais virtudes, qualidades ou “excelências” de carácter que lhe permitam, nas diversas circunstâncias da vida, ajuizar sobre o modo correcto de agir, sempre na perspectiva de ir realizando o fim último do “bem” e da “vida boa” que é a sua razão de ser. O bem para o ser humano consiste, assim, numa “actividade da alma em conformidade com a virtude”, para utilizar a expressão do próprio pensador grego (Aristóteles, 350 A.C.: I/13). A virtude, por sua vez, é por ele referida como “um traço de

carácter manifestado no agir habitual” e que “é bom uma pessoa possuir” (*apud* Rachels, 2003: 248).

As conotações habituais do termo “virtude” empurram-no muito para a esfera religiosa (recordem-se as “virtudes cardeais”, as “virtudes teologais”...), emprestando-lhe um tom moralista que não corresponde exactamente ao que lhe atribuía Aristóteles. O conceito precisa, pois, neste contexto, de ser “reabilitado” (Sanders, 2003: 33) para o seu sentido original, que tem menos a ver com hábitos exteriores de bom comportamento e mais com linhas-mestras de conduta de vida, decorrentes de “excelências” de carácter – ou seja, capacidades distintivas do ser humano enquanto tal – que impulsionem a pessoa, em cada circunstância concreta, a mobilizar a sua “sabedoria prática” (*ibidem*) para decidir o que é correcto fazer. E um elemento-chave para este entendimento da ética é, naturalmente, a ideia de que “em alguma medida nós somos livres de agir” num sentido ou noutro, no sentido certo ou errado (*ibid.*: 15).

Foram muitas as virtudes apontadas por Aristóteles como definidoras de um bom carácter – generosidade, coragem, força, compaixão, benevolência, equidade, honestidade, prudência, etc. –, umas mais compreensíveis na envolvência socio-histórica do seu tempo, outras com um alcance que vai para além de espaços e tempos específicos. Um ponto, entretanto, ele salientou em relação a todas: a necessidade de um meio-termo, de um ponto de equilíbrio entre extremos. Para o filósofo grego, toda a virtude é “**o meio**”, por referência a dois “vícios” em dois pólos opostos – um de excesso, outro de carência (Rachels, 2003: 250). Assim, por exemplo, a coragem é uma virtude só quando existe na proporção justa, pois excesso de coragem pode significar temeridade e carência dela acaba em cobardia. Daqui a consagrada expressão, de raiz aristotélica, segundo a qual “**no meio está a virtude**”.

Outro elemento essencial desta abordagem tem a ver com o facto de as virtudes serem consideradas **disposições estáveis** de carácter, que se adquirem e reforçam no agir habitual e que, portanto, vão também aumentando e aprofundando com a **experiência**. Não se trata, assim, nem de respostas pontuais a situações específicas, nem de estados interiores etéreos, desligados de qualquer capacidade de influenciar, na prática, a vida das pessoas:

A ética da virtude enfatiza o papel central do ajuizar e a sua base na experiência, e por isso sublinha também o facto de que, em função da nossa experiência, por vezes precisamos de procurar conselho. Aristóteles acreditava que a sabedoria prática era a mais elevada virtude intelectual que assegurava que as nossas disposições naturais podiam funcionar como virtudes. Ele considerava, portanto, que inteligência prática e excelência de carácter deviam ir a par. Inteligência prática sem virtude é mera esperteza, e uma pessoa boa mas estúpida não é de todo virtuosa. O papel do ajuizar

[*reasoning*] é crucial porque as circunstâncias têm a sua influência na decisão sobre o comportamento virtuoso (...) (Sanders, 2003: 34).

Se são em alguma medida decorrentes da experiência, as virtudes, na lógica aristotélica, não o são menos da **educação**. E a educação para as virtudes, ou para uma vida virtuosa, não passa apenas pelos domínios da razão, mas também pelos da emoção e do sentimento, uma vez que o que se pretende – na lógica das tais disposições estáveis de carácter – é que a pessoa cada vez mais se vá sentindo, naturalmente, inclinada e predisposta a agir de modo correcto. E este é um aspecto relevante da “ética da virtude”, por contraposição sobretudo com a ética kantiana, que tudo fazia depender da capacidade racional do ser humano e excluía qualquer papel às emoções ou aos sentidos – ao contrário da corrente de pensamento proposta por Hume que, inversamente, via a pessoa como dependente de inclinações e emoções a ponto de não poder acreditar reger-se pela razão.

As doutrinas filiadas em Aristóteles procuram, à maneira de síntese, dar lugar à razão e à emoção, integrando ambas no percurso de configuração de um carácter virtuoso, de modo a garantir que a pessoa desenvolva uma atitude permanente e estável de actuação moralmente correcta. Como afirma Sanders (2003), interpretando o pensamento do filósofo grego, “agir virtuosamente é agir em função das nossas inclinações tanto como em função da boa razão”, pelo que “as emoções também são moralmente significativas” e, assim, “as virtudes e os vícios são não só disposições para *agir*, mas também para *sentir* emoções como reacções e como impulsos para a acção” (Sanders, 2003: 35, sublinhado nosso). Ou seja, “na pessoa virtuosa, emoções e acções estão em harmonia” (*ibidem*).

Daqui decorre a importância da educação dos sentimentos, na medida em que “a educação moral é em parte educação das emoções” (*ibidem*). Este aspecto merece ser destacado, pois deixa claro, por um lado, que não basta dominar um conjunto de regras para ‘responder’ eticamente às situações concretas e, por outro lado, que pode não bastar também fazer um esforço de razão para agir correctamente, uma vez que esse esforço pode ser traído pelas emoções. Autores como Rosalind Hursthouse (cit. em Sanders, 2003: 35/36) situam aqui, de resto, a diferença entre “agir moralmente” e “agir virtuosamente”. O agir moralmente implica três condições: que o/a agente realize um certo tipo de acção, que saiba que a realiza por uma razão mais do que por uma simples inclinação, e que actue pela razão certa. O agir virtuosamente implica, além destas três, uma quarta condição: “que o/a agente tenha o apropriado sentimento ou atitude quando actua” (*ibidem*). É um processo que em alguma medida se auto-alimenta, pois actuar virtuosamente pressupõe já que se tenha alguma virtude (ou atitude virtuosa) e, simultaneamente, as novas acções vão

reforçando e estabilizando no nosso interior as disposições de carácter que nos colocam nesse caminho. Por outras palavras, é o que também indica Pence (1995) com este exemplo concreto que pretende ilustrar como, embora quase toda a gente passe a vida sem assassinar alguém, os tipos de carácter dos “não assassinos” são, não obstante, diferentes:

A pessoa que frequentemente tem a tentação de assassinar movida por um arrebatamento de paixão, mas que se abstém de o fazer por razões morais, não parece um tipo de moral elevado. Muito superior é nunca querer matar alguém simplesmente por causa de umas ofensas menores. E melhor ainda é a pessoa que nunca mataria em caso algum e que, além disso, se compunge ante a morte de inocentes (Pence, 1995: 356).

Este ponto remete-nos para um dos aspectos mais importantes e atractivos da ética da virtude, bem distinto das éticas deontológicas e das utilitaristas, umas como outras ocupadas essencialmente com a acção (seja em si, por relação a normas pré-definidas, seja nas consequências que gera) e não com o agente – e muito menos com as suas **motivações**.

Uma das razões que ajudam a perceber o interesse crescente pela ética da virtude, sobretudo nas últimas décadas do século XX, terá precisamente a ver com o facto de ser uma corrente que “se ocupa de aspectos negligenciados por outras tradições [éticas], tais como a felicidade, o carácter, a educação e o papel das emoções na vida moral” (Sanders, 2003: 32). As correntes tradicionais sugerem, em alguma medida, “a imagem de um agente ético essencialmente sem rosto, ao qual a teoria dota de recursos para realizar opções morais que carecem de vinculação psicológica com o passado ou o futuro do agente” (Kupperman, *apud* Pence, 1995: 351). Não é o que sucede com a ética das virtudes, de acordo com a qual as intenções e propósitos com que se actua são também medida de um comportamento moralmente (virtuosamente) desejável:

Segundo as teorias do dever ou dos princípios, é teoricamente possível que uma pessoa obedeça, como um robot, a toda a norma moral e leve, assim, uma vida perfeitamente moral. Neste cenário, uma pessoa seria como um computador perfeitamente programado (...). Pelo contrário, na teoria da virtude temos de conhecer muito mais do que o aspecto exterior da conduta para realizar tais juízos, ou seja, temos de conhecer também de que tipo de pessoa se trata, o que pensa dos demais, o que pensa do seu próprio carácter, que opinião tem das suas acções passadas e o que pensa também sobre o que não chegou a fazer (Pence, 1995: 356)

Rachels (2004) cita, a este propósito, o exemplo de um doente internado há longo tempo num hospital, desalentado com essa sua situação, e que de repente recebe a visita de um amigo. Fica, naturalmente, muito satisfeito e mais animado para suportar aquele tempo difícil, agradecendo ao amigo a preocupação que teve com ele para o vir confortar. O amigo, contudo, responde-lhe que não veio por amizade ou por consideração especial, mas sim porque entendeu que era seu dever fazê-lo; achava que visitar os doentes é “fazer a coisa certa” e decidiu fazê-lo só por isso, nada mais. E o doente, que num primeiro

momento ficara tão satisfeito com o gesto, sente-se agora desapontado, olhando para a visita do amigo como um acto frio e calculista, desprovido de sentimentos mais fundos. A acção em si permanece a mesma; a motivação é que faz a diferença. O amigo fez tudo de acordo com as regras e cumpriu objectivamente o seu dever; em termos subjectivos fica, no entanto, a sensação de que faltou algo de essencial – de moralmente essencial.

Valorizamos a amizade, o amor e o respeito, e queremos que as nossas relações com as outras pessoas sejam baseadas em consideração mútua. Agir movido por um sentido abstracto de dever ou por um desejo de “fazer o que está certo” não é a mesma coisa. Não desejaríamos viver numa comunidade de pessoas que agissem apenas por tais motivos, nem desejaríamos ser uma dessas pessoas. Logo, prossegue o argumento, as teorias éticas que enfatizam apenas a correcção da acção nunca poderão fornecer uma explicação satisfatória da vida moral. Necessitamos para isso de uma teoria que enfatize as qualidades pessoais como a amizade, o amor e a lealdade – por outras palavras, uma teoria das virtudes (Rachels, 2004: 262).

Como reverso da medalha, há entretanto quem encare este ponto forte da ética da virtude – a sua aposta num quadro estável de carácter do sujeito moral, a sua articulação da razão com a emoção e o sentimento, a sua preocupação com o que subjaz às acções e com a capacidade de juízo próprio mais do que com um conjunto de regras a aplicar como receita – simultaneamente como o seu ponto mais frágil. As perspectivas críticas vêm nesta proposta uma orientação ética demasiado vaga e fluida, sem orientações claras para a “acção correcta”, supostamente muito dependente de factores subjectivos, remetendo sempre em última instância para o julgamento prático de cada indivíduo. De facto, “é frequente que os problemas morais sejam sobre o que devemos **fazer**” (Rachels, 2004: 264, sublinhado nosso), quando a ética da virtude, ao eleger a questão do carácter como sua preocupação central, se orienta para o que devemos **ser**. Se a esta teoria perguntamos “o que devo fazer?” para garantir que a nossa acção é moralmente correcta numa dada situação, ela responde-nos não com “o que devo fazer”, mas com “o que devo ser”: **devo ser** “justo”, “honesto”, “leal”, “verdadeiro”... ou seja, tudo termos ligados ao vocabulário das virtudes. Mesmo a própria noção de acção correcta acaba por não ter muito lugar neste contexto: em vez de dizer que a acção foi ou não foi correcta de um ponto de vista moral, dir-se-á se ela foi ou não uma acção “justa”, “honesta”, “leal”, “verdadeira”. Sempre adjectivações ligadas a uma **conduta** virtuosa, tanto objectiva como subjectivamente.

O que para alguns é defeito da ética da virtude, é para outros uma vantagem sobre as demais teorias. Embora pareça consensual que ela segue um caminho mais exigente e menos óbvio (ao não fornecer respostas taxativas sobre o que fazer ou não fazer e porquê), também pode argumentar-se que, por essa mesma via, cria condições de uma conduta moral mais sincera, mais consciente e mais consistentemente garantida no longo prazo,

porque inscrita no próprio carácter da pessoa. E, pelo facto de esta ser uma ética de tipo teleológico – orientada para uma finalidade última, que é a da felicidade e da realização do desígnio humano supremo de uma vida boa para todos –, também não encara as virtudes como um fim em si: elas aprendem-se, cultivam-se, desenvolvem-se *para* qualquer coisa, com determinado objectivo. Nesse sentido, o “fazer” e o “ser” aproximam-se e interpenetram-se: como frisa Sanders (2003: 34), nesta lógica da ética da virtude, **“cada escolha acerca do que fazer é também uma escolha acerca de quem ser”** – e, complementarmente, “ser” de determinado jeito é condição para saber melhor o que “fazer” em cada circunstância, com razão e coração¹³.

3.4.1. - Percurso interno e condições externas

Mas porquê a virtude? – poderá perguntar-se. Por que devemos nós ser virtuosos? Também aqui, como se imaginará, esta teoria não dá respostas directas e justificativas da acção. Se, por exemplo, questionamos uma ética de tipo deontológico sobre o motivo por que não devemos mentir, ela dir-nos-á que mentir contraria a regra racional e universal de dizer a verdade; uma perspectiva utilitarista dir-nos-á que dizer a verdade serve melhor, em princípio, o bem-estar geral; uma lógica contratualista dir-nos-á que não mentir é uma condição necessária para vivermos uns com os outros; mas a ética da virtude não busca razões fora da própria virtude para afirmar a bondade de uma conduta virtuosa. A gratificação interior por escolher dizer a verdade em vez da mentira não vai encontrar-se instrumentalmente em alguma regra exterior a nós ou em algum resultado concreto e imediato obtido por essa via; a ‘recompensa’ decorre da circunstância de nos sentirmos bem conosco próprios pelo facto de termos agido de acordo com os nossos princípios de vida e com as qualidades de carácter que queremos possuir e desenvolver. Podemos também admitir que uma conduta virtuosa nos acarretará a admiração, o respeito e o afecto dos outros, o que é certamente um benefício – mas sem prejuízo de se admitir que estas ‘recompensas’ da virtude “só podem, de alguma forma, ser compreendidas por aqueles que têm um mínimo de virtude” (Sanders, 2003: 37).

¹³ Estas perspectivas integradoras de razão e emoção foram reforçadas pelas investigações contemporâneas no domínio de diversas ciências, sobretudo as ligadas à psicologia e à neurologia nos seus múltiplos ramos. Os novos conceitos ligados à “inteligência emocional”, desenvolvidos nos anos 1980 por Mayer e Salovey e vulgarizados já na década de 1990 por Daniel Goleman, bem como as investigações de António Damásio sobre o papel central das emoções no funcionamento do cérebro humano, são exemplos dessa perspectiva mais actual que ultrapassa, de modo bem fundamentado, as divisões dicotómicas (razão/emoção, espírito/corpo, cognitivo/sensorial) com que nos habituámos a funcionar.

É isto que leva uma pessoa virtuosa a sujeitar-se a sofrer consequências desagradáveis pelos seus actos, quando pareceria que a virtude estaria destinada, à partida, a conceder-lhe o acesso à felicidade e à “vida boa”. Se alguém, num regime repressivo, se recusa a mentir, a obedecer a uma ordem iníqua ou a denunciar um companheiro, com essas decisões arriscando a prisão, a tortura ou a vida, não está, aparentemente, a procurar a sua felicidade. No entanto, agir contra as suas convicções e esquecer a “virtude” por que procura guiar-se só lhe daria uma felicidade parcial e temporária, comprometendo, em contrapartida, uma vida boa e feliz no seu desígnio último – uma vida boa e feliz que, de resto, se mostraria impossível numa situação de cumplicidade com um regime repressivo. Pode dizer-se, neste caso, que “para a pessoa virtuosa, uma perda ocasionada pelo exercício da virtude não é verdadeiramente uma perda”, como escreve Sanders (2003: 37):

[S]e pensarmos na relação entre exercitar a virtude e atingir uma felicidade digna de ser conseguida, percebemos por que é que agir bem, mesmo quando isso parece prejudicar-nos, merece a pena. Agir mal pode trazer uma certa espécie de satisfação imediata, mas essa não seria a espécie de felicidade desejada por todos aqueles que tentam ser amáveis, generosos e leais.

É neste sentido que deve ser interpretada, afinal, a ideia de Aristóteles de que as virtudes, para além de serem desejáveis por razões específicas a cada uma delas, são merecedoras de valor porque, globalmente, “a pessoa virtuosa terá uma vida melhor” e “as virtudes são necessárias para orientarmos bem as nossas vidas” (Rachels, 2004: 258).

Este ponto chama a atenção para mais duas questões importantes no debate em torno da ética da virtude: (1) a de uma conduta virtuosa eventualmente ao serviço de um mau ideal e (2) a do papel das condições externas aos indivíduos para o desenvolvimento das suas virtudes.

(1) Sobre a primeira, tomemos o exemplo dado por Rachels (2004) a propósito de uma virtude muito citada por Aristóteles, a da coragem, e perguntemo-nos se pode ser considerado virtuoso (logo, merecedor da nossa aprovação moral) um soldado corajoso ao serviço do extermínio nazi ordenado por Hitler. Ou seja: pode o exercício da virtude ser avaliado em si, independentemente das circunstâncias concretas em que ocorre e dos resultados, próximos ou longínquos, para que contribui? Por um lado, há quem diga neste caso que “coragem é coragem” e que o referido soldado, sendo um subalterno sem grande capacidade de decisão autónoma sobre os fins da guerra, cumpre apenas, com o zelo possível, as ordens dos seus superiores. Por outro lado, a simples ideia de uma apreciação positiva sobre um comportamento integrado numa actividade tão ignóbil como a do extermínio nazi suscita-nos uma reacção natural de repulsa, tornando difícil associá-la a

uma conduta moralmente defensável. Pareceria, portanto, a partir deste exemplo, que “os ideais de carácter não podem, só por si, realizar todo o labor da ética” (Pence, 1995: 354).

Uma eventual resposta ao dilema pode ser encontrada na necessidade de olharmos as virtudes como componentes parciais que contribuem para a configuração de um carácter virtuoso entendido em termos globais, e não como mera justaposição de qualidades independentes umas das outras. No caso, diríamos, com Rachels (2004: 251), que aquele soldado “revela duas qualidades de carácter, uma admirável (firmeza ao enfrentar o perigo) e a outra não (a vontade para defender um regime desprezível)”. E uma não pode ver-se separadamente da outra:

O soldado é realmente corajoso, e a coragem é uma coisa admirável; mas uma vez que a sua coragem é exibida ao serviço de uma causa malévola, o seu comportamento é *no seu todo* perverso (*ibidem*, realces do autor).

Há um outro argumento pelo qual podemos, à luz desta perspectiva ética – que, recordemos, é de cariz teleológico –, considerar que as virtudes não são virtudes quando ao serviço de uma causa indigna ou malévola. Como atrás sublinhámos, as virtudes de carácter não devem ser vistas como um fim em si, mas como um caminho “para” qualquer coisa: para a tal finalidade última da felicidade, da *eudaimonia*, que é o desígnio de todos os seres humanos. Nesse sentido, qualquer conduta que (independentemente da felicidade pessoal e ‘egoísta’ do agente) desrespeite, esqueça ou dificulte a prossecução desse bem geral e último para todos os seres humanos – decorrente do simples facto de o serem – não parece eticamente defensável. De acordo com o paradigma ético aristotélico, as virtudes humanas, como escreve J. Santos (2001: 26), “decorrem de algo como uma virtude ou essência”, indicada pelo termo grego *érgon*, “geralmente traduzido por função própria do homem”. Esta “essência” tem sido interpretada pelos filósofos neo-aristotélicos contemporâneos de modos não totalmente coincidentes¹⁴ mas, em qualquer caso, gira sempre em torno do valor irredutível de toda a vida humana e da sua inalienável dignidade. E é não só no respeito por, mas também ao serviço activo de, este desígnio essencial de

¹⁴ J. Santos (2001: 26/27) evoca, a este propósito, os casos de dois dos pensadores mais importantes da ética neo-aristotélica contemporânea: o ‘pioneiro’ Alasdair MacIntyre – que interpreta a “essência” ou “função” própria do homem num sentido “comunitarista”, significando que o indivíduo humano, “para ter uma vida propriamente humana, deve preencher determinadas funções sociais, que implicam outras tantas virtudes, no seio de uma comunidade” – e a mais recente Martha Nussbaum, que vai tentar reunir nessa “essência” as “capacidades mínimas que permitem dizer que um determinado ser é humano e tem uma vida humana”. Trata-se, na óptica de Nussbaum, de capacidades que vão bastante além da mera sobrevivência física, embora a incluam necessariamente, e que passam, por exemplo, pela capacidade de rir ou chorar, de falar com liberdade ou de ter alguma voz nos destinos políticos do país.

todos e cada um dos seres humanos que o exercício das virtudes deve ser apreciado. Ou seja, há determinados fins últimos, absolutos e universais, cujo desrespeito ou ofensa negam aos humanos a sua própria condição de humanos. Disso também trata a virtude tal como definida no paradigma aristotélico, ou seja, numa dupla acepção: tanto como o conjunto de “qualidades necessárias à realização de uma vida plena e conseguida” por parte de cada um, como as “qualidades que caracterizam uma ‘essência’ do humano, o *érgon* próprio do homem” (J. Santos, 2001: 26).

(2) Sobre a segunda, enfatiza-se o aspecto – já sagazmente sublinhado por Aristóteles, embora nem sempre devidamente considerado pelos que o foram lendo – de que o desenvolvimento de uma vida virtuosa, a caminho da felicidade, depende não só do querer interior do indivíduo, da sua capacidade de aprendizagem e educação, mas também de um conjunto de condições externas que lhe sejam propícias. O próprio filósofo grego o escreveu na sua “*Ética a Nicómaco*” ao sublinhar que é *eudáimon* – ou seja, que “tem uma vida feliz” – aquele que “durante toda a sua vida age de acordo com a virtude e se encontra suficientemente provido de bens exteriores” (cit. em J. Santos, 2001: 25).

Este aspecto – que, como defende J. Santos (2001: 25), sublinha “a modernidade de uma ética que não ignora a contingência do estar-no-mundo” – foi activamente retomado pelos autores contemporâneos que procuraram recuperar o pensamento aristotélico e ‘reabilitar’ a sua noção de virtude, com tudo o que ela implica, daí retirando importantes ilações para os desafios morais que hoje em dia se nos colocam, tanto em termos individuais como colectivos.

3.4.2. - Os neo-aristotélicos, de MacIntyre a Nussbaum

Uma das figuras pioneiras desta corrente, Elizabeth Anscombe¹⁵, defendeu, por exemplo, que deviam abandonar-se as noções de “obrigação” e “dever” moral, tal como vinham das teorias éticas tradicionais, contrapondo a avaliação das nossas acções não como moralmente correctas ou incorrectas (para ela, era inconsequente a existência de uma “lei” sem um correspondente “legislador”), mas como “sinceras”, “honestas”, “justas”, “leais”, etc., ou seja, com base no “vocabulário da virtude” (Rachels, 2004: 265).

¹⁵ Um artigo de Elizabeth Anscombe intitulado “*Modern moral philosophy*” e publicado em 1958 na revista *Philosophy* é considerado especialmente influente no movimento de afirmação da “ética da virtude” a que se assistiu na segunda metade do século XX, e de que outros nomes preponderantes são Alasdair MacIntyre – desde logo com o seu célebre livro “*After Virtue - A study in moral theory*”, datado de 1981 – e Martha Nussbaum – com, entre outras obras, “*The fragility of goodness - Luck and ethics in Greek tragedy and philosophy*”, publicada em 1986.

Esta seria, na sua perspectiva, a maneira de lutar contra o perigo – associado às éticas do dever e da norma – de “a virtude se converter perniciosamente num fim em si mesmo” e, em alternativa, re-vinculá-la às “necessidades e desejos humanos” (Pence, 1995: 349). Também Alasdair MacIntyre sublinhou o facto de que as virtudes só podem prosperar em determinados tipos de sociedades – o que, aliás, o encaminhou para uma defesa da vida em comunidade, embora um tipo de comunidade (pequena, próxima, ideal) eventualmente pouco realista face aos tempos actuais.

Este pensador retomou as origens da ética grega da virtude numa perspectiva integradora e globalizante, por contraposição não só às éticas deontológicas iluministas – de que fez uma crítica sistemática –, como à generalidade das tradições da filosofia moral que, em seu entender, davam hoje às pessoas uma visão fragmentada e potencialmente conflitiva, com diferentes doutrinas ‘puxando-as’ em sentidos diferentes, quando não contraditórios (Pence, 1995: 349). Assim, o problema ético actual não seria tanto o de uma “crise de valores” mas, pelo contrário, “o seu excesso, a multiplicação dos princípios éticos inconciliáveis” (J. Santos, 2001: 38). Daí que MacIntyre tenha procurado “ressuscitar uma versão neo-aristotélica do bem humano como fundamento e sustentáculo de um conjunto de virtudes”¹⁶, fazendo decorrer desta concepção também “uma concepção da vida com sentido” (Pence, 1995: 349). E este sentido encontrar-se-ia, então, na forma como as pessoas

possam sentir que têm um lugar na vida no qual se encontram emocionalmente comprometidas com quem as rodeia, no qual o seu trabalho expressa a sua natureza e no qual o bem individual se vincula a um projecto mais amplo que começou antes da nossa vida e continuará depois dela (Pence, 1995: 350).

Ou seja, o sentido da vida, de acordo com MacIntyre,

surge – tal como as excelências [de carácter] que são as virtudes, e que sustentam o fomento de sociedades racionais – quando uma pessoa pertence a uma *tradição moral* que permite uma *ordem narrativa de uma vida individual*, e cuja existência depende de normas de excelência em determinadas *práticas* (*ibidem*, realces do autor).

A importância do homem como “ser social” é, portanto, um elemento central desta teoria – é a esse contexto que deve associar-se “o que é idealmente uma vida humana boa” (J. Santos, 2001: 41) –, sendo da própria “socialidade” do homem que MacIntyre “deduz

¹⁶ A preocupação de Alasdair MacIntyre (tal como da generalidade dos filósofos neo-aristotélicos) pelo “enraizamento histórico da moral e da ética” é, de acordo com J. Santos (2001: 38), “um dos traços distintivos das éticas teleológicas contemporâneas”, que assim se “opõem ao estilo de argumentação universalista, logicista, processual e supra-cultural das éticas deontológicas”.

as *virtudes* que um tal ser deve desenvolver para que a vida em comunidade seja harmoniosa” (*ibidem*). Ele próprio admite, porém, que os valores “comunitaristas” só se podem constituir “de maneira sólida” no seio de pequenas comunidades, o que levanta algumas dificuldades na sua adequação à estruturação da sociedade nos nossos dias – onde, desde logo, “os novos meios de comunicação social põem em causa as culturas homogêneas características das comunidades antigas” (*ibidem*).

Quem, entretanto, levou ainda mais longe a ideia da importância das “**condições externas**” para o desenvolvimento e fomento da virtude, com o inerente objectivo último de uma “vida boa” e feliz para todos os seres humanos sem excepção, foi a filósofa contemporânea Martha Nussbaum:

Para Martha Nussbaum, o interesse da posição de Aristóteles sobre a questão dos bens exteriores não reside prioritariamente num “realismo” geralmente sublinhado, mas sobretudo no facto de ela exprimir uma grande sensibilidade relativamente à “fragilidade do ser humano”, à dificuldade de reunir, num mundo marcado pela finitude e pela contingência, as condições do bem (J. Santos, 2001: 25/26).

A proposta de Nussbaum pretende, assumidamente, provar que a recuperação do pensamento aristotélico não conduz necessariamente a posições éticas ou políticas conservadoras – como costuma ser referido a propósito da visão “comunitarista” de MacIntyre – e, pelo contrário, se ajusta na perfeição a uma visão do mundo (e acção no mundo) progressista, “de esquerda”, ou “liberal”, na terminologia mais própria do universo anglo-saxónico. Ela própria qualificou a sua teoria política – decorrente da sua abordagem ética – como uma “social-democracia aristotélica” (Nussbaum, *apud* J. Santos, 2001: 34).

Como faz notar J. Santos (1995: 42/43), os elementos centrais da proposta de Nussbaum partem, tal como em MacIntyre, de um “núcleo teórico aristotélico” semelhante: uma concepção **essencialista** do ser humano – a ideia de que a ética não pode escapar a uma definição da “essência” ou “função” do homem –, uma ênfase no conceito de **virtude** daqui decorrente, e um enquadramento **teleológico** da teoria ética, ligado à prossecução de uma “vida boa” como finalidade última. A interpretação que destes elementos fazem os dois filósofos é que é diversa.

Desde logo, Nussbaum acentua o “universalismo” contido na ideia de “essência do homem” tal como ela a entende, para “não deixar o monopólio do universal às éticas deontológicas” (*ibidem*) – recorde-se a formulação do “imperativo categórico” de Kant – e, por essa via, se demarcar também de concepções subjectivistas e relativistas tão típicas do pensamento pós-moderno (concepções que levam, por exemplo, à aceitação de práticas tão cruéis como a excisão feminina, em nome de um suposto respeito pela diversidade e

autonomia de culturas e tradições). No seguimento, a filósofa americana considera que a definição desta “essência do homem” não tem de estar dependente de um sistema de pensamento de carácter metafísico ou teológico, e nisso coincide com MacIntyre; mas logo se distancia dele ao discordar que a alternativa às definições metafísicas “seja uma concepção do homem imanente a tradições que se formam no contexto de comunidades restritas” (*ibid.*: 43), como o filósofo escocês sugere. A sua proposta vai noutro sentido:

Sem diminuir a importância do factor cultural em ética, Nussbaum não recorre à tradição ou à comunidade para definir a essência do homem, mas a algo como uma antropologia mínima e universal, o que, aliás, já acontece no próprio Aristóteles. Dizer o que é a essência do homem é “dizer quais são as propriedades verdadeiramente centrais de uma humanidade comum a todos os seres humanos”. Estas propriedades constituem “virtudes não relativas” do ponto de vista cultural (...), ou seja, são *capacidades* que podem ser desenvolvidas de maneiras diferentes e em graus diferentes em diferentes culturas, ou pessoas, mas cuja ausência total faria sair da esfera do humano (J. Santos, 1995: 43, citações de Nussbaum).

Estas “**virtudes não relativas**” que constituem os predicados essenciais da condição humana podem também ser traduzidos, na formulação de Nussbaum, por “capacidades potenciais” ou virtuais do ser humano, sendo que a passagem da “potência” ao “acto” é “o fundamento ontológico (propriamente aristotélico) que vai permitir uma interpretação ética do humano” (*ibid.*: 44). Ou seja, não basta ao homem dispor de certas capacidades se, para além disso, ele não dispõe das condições (internas e externas) para as exercer efectivamente. Daí o termo preferido por Martha Nussbaum de *capabilities*¹⁷ – um neologismo que mistura a *ability* virtual ou potencial, interior, com a *capacity* real, propensa à acção – para designar esta espécie muito própria de ‘capacidades’ distintivas do humano enquanto humano. Estas *capabilities* vão desde a mera sobrevivência física (“ser capaz de viver até ao fim uma vida humana de duração normal”) à possibilidade de participação na coisa pública (“ser capaz de participar efectivamente nas escolhas políticas que governam a nossa vida”), passando pela saúde (“ser capaz de ter boa saúde, incluindo saúde reprodutiva”), pela capacidade sensorial (“ser capaz de usar os sentidos; ser capaz de

¹⁷ O termo *capability* é especialmente usado por Amartya Sen – cuja linha de pensamento coincide bastante com a de Nussbaum, traduzindo-se designadamente no esforço que ambos vêm fazendo para colocar em novos moldes os programas de apoio mundial aos países e povos menos desenvolvidos –, articulando-se com o seu outro conceito de “liberdade substancial”, que genericamente coincide com o conceito de “liberdade positiva” desenvolvido no capítulo anterior deste trabalho. Para Sen, uma *capability* situa-se “entre uma capacidade potencial e uma actividade excelentemente executada” (Garrett, 2003: 3), sendo que a *capability* é algo que deve ser forçosamente desenvolvido tanto pela experiência como pela educação (formal e informal) – dois aspectos intimamente associados à ética da virtude aristotélica, como vimos atrás. Quanto à “liberdade substancial” (ou “positiva”), distingue-se da simples “liberdade negativa”, que é uma mera ausência de restrições, pelo facto de dever assegurar às pessoas as reais oportunidades de aquisição, desenvolvimento e exercício das suas *capabilities*. Chamemos-lhes “virtudes”, ou “virtudes não relativas”, se quisermos. Esta “liberdade substancial” não é, só por si, a felicidade ou o bem-estar, mas é considerada (acrescendo à “liberdade negativa”, naturalmente) condição imprescindível para lá chegar.

imaginar, de pensar, de raciocinar – e fazer estas coisas de um modo informado e cultivado por uma educação adequada”), pelas emoções, pela relação afectiva com os outros, e até pela capacidade de “rir, brincar e desfrutar de actividades recreativas”, entre outras (Garrett, 2005: 4/5).

É com este elenco de “virtudes não relativas” que a filósofa responde, afinal, à pergunta colocada por Aristóteles sobre “que actividades caracteristicamente realizadas pelos seres humanos são tão centrais que parecem essenciais para que uma vida possa ser definida como realmente humana” (*ibid.*: 3). E este parece um conjunto de *capabilities* particularmente adequado para situar o desafio ético que se nos coloca nas sociedades contemporâneas, seja na relação com os que nos são mais próximos, seja na consideração de todos os que partilham connosco a condição de humanos neste mundo – com tudo o que isso deve significar. Ou seja, trata-se de *capabilities* julgadas nucleares para definir a “essência do ser humano” e que coincidem, no fundo, com aquilo a que habitualmente nos referimos como os direitos humanos fundamentais. E é o próprio conceito de humano, nos termos definidos por Nussbaum, que nos “obriga a um reconhecimento moral” (Nussbaum, *apud* J. Santos, 2001: 44). Nesta perspectiva,

[a] “vida boa” é vista, então, como o desenvolvimento sem obstáculos e, idealmente, no mais alto grau, das capacidades humanas. Disto resulta não apenas o dever moral de reconhecer a cada ser humano a possibilidade e liberdade de desenvolver as suas capacidades, mas igualmente a obrigação *política*, decorrente da ética, para o Estado e para os governantes, de “garantir a todos os seres humanos as condições e recursos que lhes permitam desenvolver e exercer essas capacidades”. É óbvio que numa época de “globalização” este imperativo político adquire um campo de aplicação supra-nacional e torna-se aplicável às relações entre países ricos e pobres (J. Santos, 2001: 44).

Uma tal definição de “vida boa” como propósito último do ser humano é suficientemente lata para permitir “diferentes versões culturais e mesmo individuais de uma tal vida”, o que, no entender de J. Santos (*ibidem*), “está de acordo com o espírito da ética aristotélica”, segundo a qual “cada indivíduo desenvolve as capacidades e talentos que considera mais de acordo com o seu carácter”, bem como “mais importantes para o seu projecto de vida”. Não obstante, impede que se resvale para o relativismo moral que, mesmo em nome de princípios de respeito da autonomia e diversidade alheias, pode afectar as condições básicas de uma vida humana digna:

Ao mesmo tempo que permite versões culturalistas específicas ou individualistas, a definição vaga da vida boa a partir das “virtudes não relativas” do humano, dada por Nussbaum, não deixa de estabelecer algo como uma *minima moralia* que permite criticar e condenar sem apelo práticas manifestamente inumanas existentes em certas culturas ou tradições (J. Santos, 2001: 45).

No princípio e no fim deste enquadramento ético está a atenção e o respeito pela **dignidade do ser humano** (de todos os seres humanos), a qual, entendida nos termos aqui

descritos, pode verdadeiramente ser considerada o “bem em si”, o “bem incondicional”, aquele que “deve constituir o núcleo principal de toda a ética filosófica e de toda a deontologia profissional que se preze” (Perales, 1995: 28).

Percebe-se que destas abordagens neo-aristotélicas recentes de uma filosofia moral muito ‘situada’, muito enraizada no viver concreto de seres concretos neste tempo que é o nosso, tenha emergido também aquilo a que alguns autores chamam “**ética social**” – uma exigência moral que vai além das nossas relações interpessoais, no universo que nos é próximo, e que nos confronta igualmente com o desafio de um empenhamento e uma solidariedade activas com todos os seres humanos a quem não são ainda acessíveis as condições (ou *capabilities*) mínimas para uma vida digna desse nome. Esta é mais uma das potencialidades de uma abordagem da ética segundo o paradigma “da virtude” – e que, como parece evidente, tem pontos de contacto muito fortes com a teoria da **responsabilidade social dos media**, razão por que entendemos desenvolvê-la especialmente aqui, no âmbito de um trabalho que se orienta basicamente para o jornalismo e para os jornalistas.

3.4.3. - O complemento de uma “ética dos afectos”

Uma última potencialidade da “ética das virtudes” – ligada sobretudo à ênfase que ela coloca na importância das “disposições estáveis de carácter” da pessoa – tem a ver com o facto de, ao contrário de outras abordagens éticas, não colocar em compartimentos separados o âmbito público e o âmbito privado das nossas vidas, deixando as exigências morais supostamente confinadas apenas ao primeiro:

Um profundo erro das teorias que não consideram as virtudes é que prestam pouca ou nenhuma atenção aos âmbitos da vida que formam o carácter. (...) Os autores que operam em tradições éticas baseadas nos direitos, na utilidade ou na universalização kantiana consideram na sua maioria que estas áreas supõem escolhas *não morais*. Mas como a ética trata sobre como devemos viver, e como estas áreas ocupam uma parte tão importante da nossa forma de vida, não é esta uma insuficiência colossal? (Pence, 1995: 357/358, realce do autor).

Esta chamada de atenção leva-nos a um domínio mais específico das teorias éticas a que é comum chamar-se “ética do cuidar” ou “**ética dos afectos**” [*ethics of care*, na terminologia original anglo-saxónica] e que traz a terreiro, para além dos valores tradicionalmente associados a um comportamento moralmente satisfatório no plano público – basicamente valores ‘racionais’ de justiça e de benevolência (Rachels, 2004) –, outros valores menos referidos nesse contexto, mas em contrapartida muito presentes na esfera privada das relações interpessoais – valores ‘emocionais’ como o amor, o afecto, a

atenção aos sentimentos, a proximidade, o contacto, que orientam também as nossas condutas. Esta perspectiva muito própria costuma ser designada por alguns autores como “ética feminista” ou “ética feminina” (Grimshaw, 1995: 655), quer porque as “virtudes” que põe em destaque são tradicionalmente associadas ao universo e à sensibilidade ‘do feminino’, quer porque ela foi especialmente desenvolvida por pensadoras ligadas aos estudos “de género” que encontraram também na elaboração das teorias éticas alguns preconceitos e modos de pensar tipicamente masculinos, por força dos quais certas perspectivas específicas das mulheres eram desconsideradas – e, portanto, contribuíam para prolongar atitudes de discriminação e subordinação.

Uma autora particularmente marcante neste domínio é Carol Gilligan¹⁸, que foi discípula de Laurence Kohlberg – o autor, como já referimos no Capítulo III, da célebre teoria dos estádios de desenvolvimento moral (Rachels, 2004; Boladeras, 1996; Habermas, 1983/1986). Um célebre teste de Kohlberg a duas crianças de 11 anos – um rapaz (Jake) e uma rapariga (Amy) – sobre um determinado dilema moral proporcionou duas respostas bastante diferentes quanto à coisa mais correcta a fazer, e dali o investigador concluiu que o rapaz estava um ou dois estádios à frente da rapariga na sua escala de desenvolvimento moral. Alguns anos mais tarde, contudo, Gilligan retomou estas conclusões e questionou a interpretação de Kohlberg (própria de uma concepção moral tributária das éticas iluministas deontológicas), contrapondo que as respostas de Amy eram diferentes das de Jake mas não eram inferiores em termos de perspectiva moral: entravam, sim, em linha de conta com aspectos de atenção à pessoa concreta, ao pormenor, ao caso particular, aspectos ligados a uma abordagem ‘feminina’ mas tradicionalmente desvalorizados pelo pensamento ‘masculino’ da regra abstracta e da dedução lógica.

As duas crianças pensam de forma diferente, afirma [Gilligan], mas a maneira de Amy pensar não é inferior. Quando confrontada com o dilema (...), Amy responde de forma tipicamente feminina aos aspectos pessoais da situação, enquanto Jake, pensando de forma tipicamente masculina, vê apenas “um conflito (...) que pode ser resolvido por meio de uma dedução lógica”. A resposta de Jake só é considerada de nível superior se presumirmos, como faz Kohlberg, que um princípio ético é superior a uma ética que privilegia a intimidade, o afecto e as relações pessoais. (...) A “forma de pensar masculina” – apelar para princípios impessoais – abstrai dos detalhes que concedem a cada situação o seu sabor especial. As mulheres, afirma Gilligan, acham difícil ignorar esses pormenores (Rachels, 2004: 232).

¹⁸ A sua obra emblemática é “*In a different voice: psychological theory and women’s development*”, publicada em 1982 (Cambridge, Mass.: Harvard University Press) e entretanto traduzida também para português com o título “*Teoria psicológica e desenvolvimento da mulher*” (1997, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian).

O desenvolvimento desta “ética feminina” assenta, pois, na assunção de que existem, de facto, “diferenças comuns ou típicas na forma de pensar e ajuizar de homens e de mulheres acerca de questões morais” (Grimshaw, 1995: 658), sendo que, ao contrário do pensamento tradicional dominante (e dominador) nesta matéria, tais “*diferenças*” não podem ser vistas como “*deficiências*” (*ibidem*). Por outro lado, ela parte também do pressuposto de que “as práticas sociais específicas geram a sua própria visão do que é ‘bom’ ou do que deve valorizar-se especialmente” (*ibidem*). Em função disto, certas práticas que tradicionalmente se consideram femininas – Gilligan sublinha a “primordial orientação moral” da mulher para “cuidar dos outros”, para “tomar conta”, de um modo pessoal e próximo – podem ser consideradas geradoras de prioridades éticas e de concepções da virtude que não só não devem ser desvalorizadas como, ao contrário, eventualmente servirão de “correctivo aos valores e prioridades mais destrutivas dos âmbitos de actividade desde sempre dominados pelos homens” (*ibidem*).

Uma outra autora marcante desta corrente de pensamento, Nel Noddings¹⁹, insistiu na ideia de que “uma moralidade baseada em regras e princípios é em si mesma inadequada e não capta o distintivo ou típico do pensamento moral feminino” (Grimshaw, 1995: 659). Contrária, assim, a perspectiva mais comum às teorias morais de “abstrair do detalhe local de uma situação”, quando, em sua opinião, há muitas questões a que só se pode dar boa resposta mediante um “conhecimento situacional e contextual” (*ibidem*).

Daqui não decorre forçosamente que as mulheres, pelo facto de o serem, tenham um modo radicalmente diferente de ajuizar em matérias do foro moral, mas significa decerto que elas podem diferir dos homens nas “prioridades éticas” que estabelecem e na importância relativa que lhes conferem. E isso, mais do que servir como argumento para estabelecer diferenças “de essência” entre homens e mulheres – com a subsequente discriminação associada a uma “oposição de géneros” –, é importante para introduzir, nas condutas tanto de homens como de mulheres, uma preocupação a que poderíamos chamar ‘feminina’ quando se trata de fazer opções morais. É esse o propósito, muito importante e meritório, de uma “ética dos afectos”: temperar e aprofundar os juízos morais com virtudes decorrentes de uma postura sensível, afectuosa, atenta e próxima das pessoas concretas,

¹⁹ Um livro de 1984, “*Caring: a feminine approach to ethics and moral education*” (Berkeley: University of California Press), é especialmente significativo do trabalho de Noddings e deixa clara, logo no próprio título, a linha de pensamento subjacente a esta “*ethics of care*” ou “ética dos afectos”.

para além do esforço racional de aplicar princípios e regras com um carácter genérico, abstracto e universal. Querer dela mais do que isso seria arriscado, como avisa Grimshaw:

Se as preocupações e prioridades éticas surgem das diferentes formas da vida social, as que surgiram de um sistema social em que as mulheres amiúde estavam subordinadas aos homens devem ser motivo de suspeita. (...) Não há um âmbito autónomo de valores femininos, ou de actividades femininas que possam gerar valores alternativos aos da esfera pública; e qualquer concepção de uma “ética feminina” que dependa destas ideias não pode, em minha opinião, ser viável. Mas dizer isto não é necessariamente dizer que a vida e experiências das mulheres não podem proporcionar uma fonte para a crítica da esfera pública dominada pelos homens. (...) Na medida em que há (ou pode haver) diferenças nas inquietudes éticas femininas, estas só podem derivar (...) de mudanças nas relações sociais e nos modos de vida. (Grimshaw, 1995: 664).

Uma “ética dos afectos” parece ser, assim, mais um complemento de teorias tradicionais – nomeadamente as do dever e da obrigação – do que um substituto. Ela não toma a obrigação como critério fundamental e único; indo para além disso, ela afirma uma concepção de vida moral como “uma rede de relações com pessoas específicas”, encarando o “viver bem” também como o “proteger e cuidar dessas pessoas, satisfazendo as suas necessidades e mantendo a confiança nelas” (Rachels, 2004: 238). E por isso dizíamos atrás que ela se articula especialmente bem com a “ética da virtude”, até porque a impulsiona para uma aplicação também na esfera mais privada da vida (uma esfera frequentemente deixada à margem das exigências morais, como muitas mulheres vítimas de subordinação ou violências domésticas poderiam testemunhar). Como sintetiza Rachels:

Um dos principais argumentos a favor da teoria das virtudes é que parece adequada para incluir os valores quer da vida pública, quer da privada. As duas esferas requerem virtudes diferentes. A vida pública requer justiça e beneficência, enquanto as virtudes da vida privada incluem o amor e o afecto. A ética dos afectos revela-se, portanto, uma parte da ética das virtudes (Rachels, 2004: 243).

Sintetizemos, então, as componentes centrais da “ética das virtudes”, tal como foi sugerida inicialmente por Aristóteles e tal como tem sido relida e interpretada na sua especificidade por pensadores neo-aristotélicos das décadas mais recentes:

- 1) A importância do **carácter** da pessoa. As virtudes são, sobretudo, os traços estáveis de carácter de que necessitamos para viver uma “vida boa”. E o critério sobre a correcção ou incorrecção de uma acção sustenta-se, basicamente, na avaliação de como procederia naquelas circunstâncias uma pessoa virtuosa; ele não nos responde “o que fazer”, mas sugere-nos “como ser”.
- 2) A exigência do **juízo prático**. Virtude que preside a todas as outras é a da *phronesis*, que significa “sabedoria prática” ou “juízo prático” – e que também pode traduzir-se por “prudência”, de onde a designação da ética grega também como “**ética prudencial**”. É ela a “disposição que nos permite deliberar

correctamente, não em termos gerais mas numa dada situação” (Sanders, 2003: 38), pois lida com o incerto, o contingente, o desconhecido: não vai buscar uma solução pré-definida a um catálogo de “deveres”, antes examina os diversos factores em presença e decide (com a razão e com o coração) qual a conduta virtuosa a adoptar. Alguém já chamou a este procedimento “bom senso ao serviço do bom querer” [*good sense in the service of good will*].

- 3) O papel da **experiência**. As virtudes – e designadamente a capacidade de exercício do juízo prático – adquirem-se por educação, por formação, mas igualmente pelo seu exercício habitual e regular. A experiência vai, assim, desenvolvendo e aprofundando a sabedoria moral.
- 4) A atenção à **educação das emoções**. Se o objectivo da ética da virtude é a configuração de um carácter virtuoso, isso significa que ela não aponta apenas para a capacidade racional de decidir a coisa certa a fazer em cada circunstância, mas também para a capacidade emocional. Ou seja: que as nossas próprias inclinações e sentimentos nos orientem para uma conduta moralmente adequada, concorrendo com a razão para um mesmo objectivo – e não opondo-se a ela ou desviando-a do fim último pretendido. E que os sentimentos, os afectos, a proximidade face às pessoas, não fiquem excluídos da conduta moralmente exigente.
- 5) A orientação para um **fim último**. Esta é uma ética de tipo teleológico, na medida em que dá prevalência ao “bem” sobre o “justo”, à finalidade última de realização do ideal da “vida boa” sobre a correcção da acção concreta. Ao contrário das éticas deontológicas, não faz decorrer a vida moral da observação de regras ou de “imperativos categóricos” para a acção correcta; ao contrário das éticas utilitaristas, não subordina as opções à prossecução de um maior bem para um maior número de pessoas nem às consequências imediatas da acção. A sua inspiração radica numa essência do ser humano e na finalidade (*télos*) em que ele inscreve a sua vida na terra – e é **para** isso, para a prossecução dessa finalidade, que são e servem as virtudes. Não esquecendo que o seu desenvolvimento (em especial o das “virtudes não relativas” de Nussbaum) depende igualmente de condições exteriores que propiciem a todos o mínimo indispensável para a realização dessa essência.

4. Habermas e a ética do discurso

Uma abordagem muito própria das questões morais, e com teses especialmente interessantes no contexto específico deste nosso trabalho, é a que foi desenvolvida na segunda metade do século XX pelo filósofo alemão Jürgen Habermas e conhecida como “**ética do discurso**” ou “ética discursiva” (*Diskursethik*, no original). Trata-se de uma perspectiva directamente decorrente da célebre “teoria da acção comunicativa”, do mesmo autor, que põe em relevo, no que toca à tentativa de compreensão das sociedades modernas, o lugar do indivíduo enquanto relacionado inter-subjectivamente com os outros indivíduos e permanentemente implicado num processo de interacção social em que a comunicação – entendida como fala racional, argumentativa, orientada para o entendimento – desempenha o papel central. Como ele próprio escreveu:

Os sujeitos capazes de linguagem e acção só se constituem como indivíduos porque, ao crescerem como membros de uma comunidade particular de linguagem, introduzem-se num mundo da vida inter-subjectivamente partilhado. É nos processos comunicativos de formação que se formam e mantêm *co-originalmente* a identidade do indivíduo e a do colectivo. (...) A pessoa só desenvolve um centro interior na medida em que simultaneamente se distancia [*extraña*] de si em relações interpessoais comunicativamente estabelecidas. (Habermas, 1991/2000: 18, realces do autor).

É com este pressuposto antropológico que o filósofo alemão comete à moral duas tarefas complementares: uma voltada para o indivíduo e para a exigência de respeito pela sua dignidade pessoal (a que responde um princípio de **justiça**), outra voltada para o colectivo e para a protecção das “relações inter-subjectivas de reconhecimento recíproco” (*ibidem*) pelas quais os indivíduos se mantêm como membros de uma comunidade (a que responde um princípio de **solidariedade** ou de **benevolência**). Enquanto o primeiro “exige igual respeito e iguais direitos para cada indivíduo”, o segundo “reclama empatia e preocupação pelo bem-estar do próximo” (*ibidem*). Mas, como decorre do pressuposto atrás enunciado, para a ética do discurso tanto um como outro provêm de uma mesma raiz da moral, pois, se o indivíduo só pode individuar-se por via de socialização, a moral “não pode proteger os direitos do indivíduo sem proteger simultaneamente o bem da comunidade a que o indivíduo pertence” (*ibidem*).

Este é um ponto que merece destaque. Ao chamar a atenção para estes dois aspectos complementares (o do indivíduo e o do colectivo) e ao sublinhar explicitamente a importância de princípios tanto de justiça como de solidariedade, Habermas vai além da ética tipicamente kantiana, reformulando-a e, de certo modo, incorporando também elementos mais próprios da “ética dos bens” (a ética teleológica clássica, ligada aos

filósofos gregos), no que se afiguraria como um caminho de quase síntese de duas perspectivas tradicionalmente olhadas como estruturalmente distantes.

Com efeito, a “ética do discurso” é, assumidamente, uma ética inscrita na tradição kantiana – uma ética de matriz deontológica, ou seja, dos deveres²⁰, do primado do “justo” sobre o “bem” (ao contrário das éticas teleológicas, que subordinam o “justo” a um “bem” último e absoluto) –, mas Habermas, seguindo aliás uma linha crítica já encetada por Hegel, distancia-se de algumas perspectivas de Kant e procura, antes, “reformular” a sua teoria moral “no tocante à questão da justificação das normas [morais]” (Habermas, 1991/2000: 16). Constrói, na expressão de Redondo (2000: 11), uma espécie de versão “desencantada” da ética kantiana.

De Kant, Habermas assume os pressupostos característicos de uma ética que define como **deontológica** (empenhada em explicar a “validez deôntica”, ou seja, o “dever-ser” de normas de acção) **cognitivista** (susceptível de responder à questão de como fundamentar racionalmente os enunciados normativos e, portanto, demarcada das teorias emotivistas), **formalista** (o “imperativo categórico” kantiano funciona como um princípio de justificação que selecciona e distingue como válidas as normas de acção susceptíveis de serem, a partir disso, adoptadas por todos) e **universalista** (ela sustenta que os princípios morais racionalmente fundamentados não expressam as intuições de uma determinada cultura ou época, mas, pelo contrário, têm uma validade geral).

Na sua abordagem específica, a “ética do discurso” reinterpreta, entretanto, o imperativo categórico de Kant à luz do procedimento da argumentação moral, chegando à formulação do princípio discursivo <D> assim sintetizado por Habermas (1991/2000: 17): *“Só podem pretender ter validade aquelas normas que possam contar com o assentimento de todos os afectados como participantes num discurso prático”*. Ou seja, o modo de encontrar os deveres ou obrigações morais que nos vinculem a todos está obrigatoriamente associado a um processo de comunicação argumentativa no qual nos envolvemos e através do qual validamos em conjunto, por via de uma fundamentação racional, a correcção ou justeza de tais deveres. Neste “discurso prático” assenta, pois, o processo de formação de um “ponto de vista moral” desenvolvido com imparcialidade. Habermas considera-o um “exigente modo de formação argumentativa de uma vontade comum” (*ibidem*) e,

²⁰ Estas éticas deontológicas modernas ou éticas “dos deveres” são também referidas, por vezes, como éticas “dos direitos”. O pressuposto é que “correlativamente ao estabelecimento de normas morais se garantem *direitos* das pessoas” (Santos, 2001: 34-35).

simultaneamente, um “processo de entendimento que, pela sua própria forma, obriga a que todos os participantes pratiquem simultaneamente, quer dizer, à vez, uma assunção ideal de papel [*ideal role-taking*]” (*ibidem*). Este conceito, desenvolvido pelo investigador americano G. H. Mead – um dos autores mais importantes na escola do interaccionismo simbólico²¹ –, implica que alguém que faz um julgamento moral quanto a uma dada acção deva colocar-se no papel de todos os que poderiam eventualmente ver-se afectados por essa acção, ou genericamente pela aplicação de uma norma questionável. Habermas retoma esse conceito na sua proposta procedimental do discurso prático orientado para a validação de normas morais, considerando até que vai aqui mais longe do que na ideia de Mead: “A assunção ideal de papel que, em Mead, deve praticar cada um de forma *particular e privadamente*, fica aqui convertida em algo *público*, praticado inter-subjectivamente por todos” (*ibid.*: 18, realces do autor). Pode, assim, ver-se como o carácter formalista da ética habermasiana é, apesar de tudo, menos formalista ou abstracto do que em Kant, pois, através do recurso à pragmática da linguagem – fonte e base do discurso argumentativo para a fundamentação racional das normas morais –, o filósofo alemão estabelece “uma ponte entre a pureza das normas éticas e o ‘mundo da vida’ em que se movem os sujeitos concretos” (J. Santos, 2001: 35), tanto em termos individuais como nas suas relações inter-subjectivas.

Procurando expressar a vinculação do princípio discursivo anterior com a perspectiva geral dos interesses de todos os afectados, Habermas complementa-o, entretanto, com um outro, o chamado princípio de universalização <U>, assim enunciado: “No caso de normas válidas, os resultados e consequências laterais que, para a satisfação dos interesses de cada um, previsivelmente decorram da observância geral da norma, têm que poder ser aceites por todos sem qualquer coacção” (Habermas, 1991/2000: 18). Um tal carácter de universalidade dos juízos morais associa-se também ao processo de *ideal role-taking* enfatizado por Mead, pois, como este próprio diz, a universalidade dos nossos juízos “é uma universalidade que provém do facto de que tomamos a atitude de toda a

²¹ O pensamento de Habermas, como ele próprio reconhece, bebeu muitas influências das investigações relativas à linguagem por parte da chamada escola do “pragmatismo americano”, onde se destacaram autores como Mead, Dewey e Pierce, entre outros, e cuja “intuição essencial” pode ser sintetizada, de acordo com o filósofo alemão (Habermas, 1991/2000: 43), na citação de William James que em tempos viu afixada na Universidade de Harvard: “*The community stagnates without the impulse of the individual, the impulse dies away without the sympathy of the community*”. Uma máxima, diz Habermas, que “afirma uma dependência recíproca entre individuação e socialização, um entrelaçar de autonomia pessoal e solidariedade social, que pertence ao saber de fundo de *todos* os sujeitos que actuam comunicativamente” e que vai para além de uma mera opinião “mais ou menos subjectiva acerca do que este ou aquele entendem por ‘vida boa’” (*ibid.*: 44, realce do autor).

comunidade, de todos os seres racionais” (cit. por Habermas, 1991/2000: 39). O seu pressuposto é o de que “somos o que somos através da relação com os outros” e, portanto, “o nosso fim [moralmente justificado] tem que ser um fim social, quer do ponto de vista do seu conteúdo, quer do ponto de vista da sua forma”. Ou seja: “A socialidade é a causa da universalidade dos juízos éticos e subjaz à afirmação popular de que a voz de todos é a voz universal” (*ibidem*)²².

Por aqui se vê que a um procedimento tipicamente **monológico** de Kant, centrado no indivíduo privada e isoladamente considerado, e conducente a um universalismo abstracto, contrapõe Habermas um processo **dialógico**, no qual se envolvem interactivamente, através do discurso argumentativo público, indivíduos concretos e que procuram não só validar racionalmente normas morais justas para todos e cada um, como também atender ao bem colectivo de que todos são indissociáveis:

No reconhecimento recíproco de sujeitos capazes de responder pelos seus actos, que orientam a sua acção por pretensões de validez, estão já *in nuce* as ideias de igualdade de trato e de solidariedade; mas estas obrigações normativas não superam os limites do concreto mundo da vida de uma etnia, de uma polis ou de um Estado. A estratégia da ética do discurso de obter os conteúdos de uma moral universalista a partir dos pressupostos universais da argumentação tem perspectivas de êxito precisamente porque o discurso representa uma forma de comunicação mais exigente, que aponta mais para além das formas de vida concretas, em que as pressuposições da acção orientada para o entendimento se generalizam, abstraem e des-limitam, ou seja, se alargam a uma comunidade ideal de comunicação que inclui todos os sujeitos capazes de linguagem e de acção (Habermas, 1991/2000: 19).

No discurso não se rompe, pois, o “laço social de pertença comunitária”, mesmo quando o acordo que de todos se exige “aponta para além dos limites de cada comunidade concreta” (*ibidem*). Como insiste Habermas, “o acordo alcançado discursivamente depende tanto do ‘sim’ ou do ‘não’ insubstituíveis de cada indivíduo, como da superação da sua perspectiva egocêntrica” (*ibidem*):

Sem a irrestrita liberdade individual que representa a capacidade de tomar posição frente a pretensões de validez susceptíveis de crítica, um assentimento facticamente obtido não pode ter verdadeiramente carácter geral; sem a capacidade de cada um de se colocar solidariamente no lugar do outro, não pode chegar-se em absoluto a uma solução que mereça o assentimento geral. O processo de formação discursiva da vontade colectiva dá conta da conexão interna de ambos os aspectos: da autonomia de indivíduos únicos e insubstituíveis, e da sua inserção em formas de vida inter-subjectivamente compartilhadas (*ibidem*).

²² Este princípio de universalização não deve ser confundido com um princípio moral, pois ele “designa apenas um procedimento quanto a como pode estabelecer-se, e assegurar-se inter-subjectivamente, um consenso respeitante a normas” (Arens, 1997: 55). Para Habermas, não podem fazer-se derivar normas éticas básicas directamente dos pressupostos da argumentação: a universalização é “um princípio formal-procedimental e não um princípio ético” (*ibidem*). Neste ponto específico diverge de Karl-Otto Apel, seu muito próximo (mas nem sempre coincidente) companheiro de investigação nestas matérias, para quem o princípio de universalização contém já, em si, “a norma fundamental de que todos os parceiros da comunicação têm em princípio direitos iguais” (cit. em Arens, *ibid.*: 56).

E é em função deste raciocínio que a proposta de Habermas sugere uma certa aproximação entre as éticas “do dever” e “da vida boa”, pois, nas suas próprias palavras, ela “amplia, face a Kant, o conceito deontológico de justiça”, englobando também – embora sem cair no que considera “dilemas metafísicos” do neo-aristotelismo – aqueles “aspectos estruturais da vida boa que, desde um ponto de vista geral da socialização comunicativa, devem ser destacados da totalidade concreta das formas de vida sempre particulares” (*ibidem*). Não obstante, Habermas sustenta que esta posição “não significa reconciliar Kant com Aristóteles”, mas tão-só adoptar “um conceito moderno de justiça”, segundo o qual a solidariedade é o seu obrigatório reverso (*ibid.*: 42):

A ética do discurso baseia-se nas premissas que caracterizam o pensamento pós-metafísico e não pode pretender dar crédito ao inteiro potencial semântico daquilo que as éticas clássicas pensaram antigamente como justiça ligada a uma história de salvação ou como justiça cósmica. A solidariedade sobre a qual a ética do discurso se constrói permanece reduzida aos limites da justiça terrena (*ibidem*)²³.

4.1. - A teoria kantiana revista e reformulada

Situando a sua proposta na evolução histórica do pensamento relativo à ética, Habermas recorda que a ética clássica grega, ao ser determinada pela pretensão de dar uma resposta à pergunta básica sobre “como devo viver?” – ou, mais universalmente, “como se deve viver?” –, atribuiu um “sentido teleológico” às questões práticas (decorrentes da pergunta “o que devo fazer?”), subordinando-as a uma finalidade essencial, última, do homem. E esta orientação no sentido de uma “ética dos bens” tem por consequência, segundo o filósofo alemão, “a separação entre a razão prática e o conhecimento teórico” (Habermas, 1991/2000: 45), sendo a primeira entendida enquanto prudência ou *phronesis* – a tal virtude básica susceptível de levar às boas decisões, de acordo com Aristóteles –, enquanto o segundo se associa à *episteme* aristotélica. O nascimento das ciências

²³ Independentemente da insistência de Habermas em se situar (tal como Kant) no âmbito de um pensamento pós-metafísico – ou seja, “não partindo já de uma totalidade que precedesse o espírito humano e lhe estivesse pré-ordenada, mas somente da própria razão como fonte de ideias formadoras ou constituidoras do mundo” (Habermas, 1991/2000: 86) –, com isso assinalando também a sua diferença face às éticas clássicas gregas, deve recordar-se que, como vimos atrás, alguns dos modernos pensadores neo-aristotélicos procuram igualmente situar-se assumidamente numa lógica pós-metafísica, vinculando o “bem”, a “essência” ou “fim último” do homem não a uma qualquer ordem cósmica ou teológica mas a concepções imanentes à própria natureza humana. E estas podem ser a das “tradições que se formam no contexto de comunidades restritas” (J. Santos, 2001: 43), como pretende MacIntyre, ou a de uma “antropologia mínima e universal” concretizada no conjunto de “virtudes não relativas” apontadas por Martha Nussbaum como “as propriedades verdadeiramente centrais de uma humanidade comum a todos os seres humanos” (*ibidem*) – e cuja prossecução é, afinal, o bem último eticamente desejável.

experimentais modernas, entretanto, também pôs em questão a aspiração a esse conhecimento teórico que a filosofia garantia a partir de uma base metafísica – e, com isso, o próprio lugar da razão prática se viu necessitado de novas definições. Uma primeira resposta veio das correntes **empiristas**, que excluía do âmbito da razão a capacidade de juízo moral (Habermas, 1991/2000). Uma segunda resposta surgiu das concepções **utilitaristas**, que limitavam o uso da razão à ponderação das consequências das acções morais ou aos seus resultados em função de certos fins próximos pretendidos. Enfim, surgiu a proposta de **Kant**, que reservava ao juízo moral “um lugar no reino da razão”, com tal “permitindo a esse juízo moral uma pretensão genuína de conhecimento” (*ibidem*):

Do seu [de Kant] ponto de vista, todos os enunciados, os empíricos, os normativos, e inclusivamente os estéticos, implicam uma pretensão de validade que pode apoiar-se ou criticar-se recorrendo a boas razões. Esta posição de Kant significava simultaneamente que o conceito de moral necessitava, de agora em diante, de ser mediado em termos de teoria do conhecimento. O que se entenda por moral dependerá de como se responda à questão da possibilidade de decidir racionalmente as questões práticas (Habermas, 1991/2000: 45)²⁴.

Ao adoptar este “conceito pós-metafísico de moral autónoma”, segundo o qual só pela razão podemos “decidir imparcialmente entre pretensões normativas que lutam entre si” (*ibidem*), Kant acabou por ter de pagar um preço por alguns considerado muito alto, como diz Habermas: teve de sacrificar “o objectivo propriamente dito da ética, ou seja, a resposta à questão essencial do telos [*fin último*] da nossa vida” (*ibidem*). A sua opção claramente deontológica aponta para a validação de juízos morais racionais, com pretensão universal, mas não vinculados a qualquer “bem” último a prosseguir, nem preocupados sequer com os contextos concretos da acção moral, com as inclinações ou motivações dos agentes, ou com as suas diferentes formas de vida. É um juízo moral que “exige abstracções” em múltiplos aspectos, pois orienta-se apenas para a fundamentação racional

²⁴ Recorde-se, em tempo, que a teoria da acção comunicativa de Habermas desenvolveu bastante a questão da pretensão de validade que acompanha obrigatoriamente todos os actos da fala ligados a um discurso argumentativo, racional, embora tenha distinguido tais pretensões em três enquadramentos diferentes: os enunciados **descritivos** ou constataivos, reportados a factos e ao mundo objectivo, aspiram, em termos de pretensão de validade, à **verdade**; os enunciados **expressivos**, ligados ao mundo subjectivo, a vivências interiores, situam a sua pretensão de validade na **veracidade**, na sinceridade; finalmente, os enunciados **normativos** ou regulativos, ligados ao mundo social, têm a ver com a adequação a determinadas normas ou princípios e situam a sua pretensão de validade na **rectidão**, na correcção [*rightness*] (Boladeras, 1996). E, no pensamento de Habermas, “se a verdade é um elemento de primeira ordem para o desenvolvimento do conhecimento humano, não são menos importantes a veracidade e a rectidão para o desenvolvimento das interacções que permitem a vida em comum dos sujeitos” (*ibid.*: 58). De resto, o facto de a pretensão de validade dos enunciados normativos não ser no sentido da verdade (como nos enunciados descritivos), mas no sentido da rectidão ou justeza, em nada diminui ou desvaloriza a primeira, considerando Habermas que esta pretensão de validade à rectidão “é análoga à da verdade” nos enunciados reportados ao mundo objectivo (Habermas, 1983/1986:78).

de normas e não (como sucedia com a *phronesis* aristotélica) para a ponderação de alternativas concretas de acção, em função de uma finalidade essencial.

As objecções contra as teorias morais de tipo kantiano podem resumir-se do seguinte modo: a *ênfase deontológica* que se coloca no dever como fenómeno moral básico torna inevitável uma separação abstracta entre o correcto [o justo] e o bom, entre dever e inclinação. Isto conduz a fazer abstracção dos motivos que são mister em cada caso. Assim, já não pode encontrar resposta plausível a questão de por que devemos actuar moralmente. A caracterização do nível pós-tradicional do juízo moral privilegia questões relativas à fundamentação das normas. Isto conduz a fazer abstracção da situação e a passar por alto as questões de aplicação das normas. Por último, o *primado* ou *prioridade formalistas* que se concede ao universal sobre o particular leva acoplados um conceito atomista de pessoa e uma concepção contratualista da sociedade. Isso conduz a abstrair de uma eticidade que só pode ganhar forma e figura concretas nas formas de vida particulares (Habermas, 1991/2000: 47-48, realces do autor).

Postas as coisas nestes termos, Habermas enuncia duas alternativas para ultrapassar o problema: ou (1) regressar à perspectiva aristotélica da ética, ou (2) rever e modificar a concepção kantiana de modo a responder às “legítimas objecções” que se lhe colocam.

(1) A primeira é por ele excluída, na medida em que entende que isso significaria restaurar um pensamento de tipo metafísico, no qual não se revê. Como já vimos atrás, não é exactamente nesses termos que se situam vários filósofos neo-aristotélicos que, como o próprio Habermas reconhece, têm procurado desenvolver “uma filosofia prática a partir do espírito de Aristóteles, mas sem regressar a premissas metafísicas” (Habermas, 1991/2000: 48). Este seu desiderato é, todavia, considerado difícil por Habermas: por um lado, ele entende que nas sociedades modernas “nos deparamos com um grande pluralismo, seja de projectos de vida individual, seja de formas de vida colectivas, com a correspondente pluralidade de ideias acerca da vida boa” que torna problemática a definição de um “bem” último aceitável e desejável por todos; por outro lado, se se “toma a sério” este pluralismo moderno, isso implica que se tenha de “renunciar à pretensão da filosofia clássica de assinalar como caminho universal de salvação uma determinada forma de vida” (*ibidem*). Acrescendo que, sem o “respaldo metafísico”, a *phronesis* aristotélica, essa razão prática orientadora da acção, ou se dissolveria num mero “senso comum”, ou teria de se converter “num conceito de razão prática que satisfaça critérios de racionalidade procedimental” (*ibidem*) – o que significaria, afinal, rendê-la à proposta kantiana.

Sem desvalorizar estas dificuldades, insista-se que nas últimas décadas têm, de facto, sido desenvolvidas teorias que, partindo das ideias básicas da ética aristotélica, procuram, em termos não-metafísicos, identificar um “bem” último e essencial do homem susceptível de se situar acima das formas de vida particulares (individuais e colectivas) e de fornecer um quadro de referência para uma desejável “vida boa” que não fique refém de subjectivismos, intuicionismos ou relativismos culturais. Para além das perspectivas de

Alasdair MacIntyre e de Martha Nussbaum, acrescente-se a de outro importante filósofo neo-aristotélico, Charles Taylor, baseada numa “ética universalista dos bens”, também ela apelando a determinados “bens supremos que transcenderiam todas as formas de vida particulares” – os chamados “bens constitutivos” ou “bens de ordem superior” –, como evoca o próprio Habermas (*ibid.*: 87), sem no entanto considerar que por esta via ficam completamente resolvidas as reservas com que vê os neo-aristotélicos.

(2) É a segunda alternativa do dilema atrás apontado que Habermas claramente perfilha: ele empenha-se em reformular a teoria kantiana de modo a superar as objecções que lhe são apontadas. Trata-se, nas suas próprias palavras, de preservar aspectos essenciais da teoria moral de Kant, mas de ir mais além, “reinterpretando-a em termos inter-subjectivistas” (Habermas, 1991/2000: 49).

Na sua perspectiva, isto implica, por exemplo, que uma teoria moral deste tipo deixe de lado o problema da motivação das acções, ou do “porquê ser moral”, uma vez que tal problema “só pode colocar-se no marco de uma filosofia que pretenda poder dar respostas gerais a questões relativas à vida boa” (*ibid.*: 50) – o que não é manifestamente o caso. Aqui trata-se apenas de “reconstruir [racionalmente] o ponto de vista moral” e de “fundamentar a sua validade universal”, deixando aos directamente implicados as “decisões concretas” sobre a acção. Estamos, pois, no terreno de uma ética **procedimental** (à qual se aplica um princípio de **universalização**), voltada para a formação de um juízo moral, que não pretende dar indicações situadas e concretas no que toca à **aplicação** dos deveres morais (a qual deve submeter-se a um princípio de **adequação**):

O imperativo categórico não pode entender-se como uma lei moral que, *sem mais mediações*, possa aplicar-se a máximas e a acções. O imperativo categórico é, antes, uma proposta acerca de como entender esse ponto de vista da imparcialidade a partir do qual pode ajuizar-se da validade das normas. Podem fundamentar-se normas e podem justificar-se acções concretas, mas não podemos pretender fazer as duas coisas simultaneamente. (...) O conhecimento das normas não basta, por outro lado, para saber que decisão deve tomar-se numa *determinada* situação (Habermas, 1991/2000: 51, realces do autor).

É por isto que Habermas entende necessário ir para além de Kant e da sua ética entendida exclusivamente como “ética da intenção” (ou “ética das convicções”), afirmando a necessidade de ela ser complementada com uma “ética da responsabilidade”, para retomar a dicotomia enunciada por Weber. E fá-lo, então, na sequência do princípio da assunção ideal de papel [*ideal role-taking*] que foi buscar a G. H. Mead, segundo o qual cada pessoa empenhada numa acção comunicativa orientada para o entendimento deve obrigatoriamente assumir à vez o papel e a perspectiva de todos os outros – o que significa que, nos processos argumentativos destinados à fundamentação e validação das obrigações

morais, as consequências que delas resultem para todos os (real ou potencialmente) implicados não possam deixar de ser tomadas em consideração:

Uma interpretação do ponto de vista moral, articulada em termos de teoria da comunicação, liberta a intuição expressa no imperativo categórico da carga de um rigorismo moral que nada sabe dizer, e que nada tem que dizer, das consequências da acção. Uma norma só pode encontrar o assentimento racionalmente motivado de todos se cada implicado ou afectado potencial tomou em consideração as consequências e as consequências laterais que vai ter para ele, e para todos os demais, uma prática na qual todos se atenham a essa norma (*ibidem*).

É esta mesma “consequência libertadora” que Habermas reclama igualmente para a lógica dos discursos de aplicação das normas, ao sublinhar que ela tem de se subordinar ao tal “princípio de adequação”. E isto porque, no contexto da exigida e indeclinável responsabilidade (para além da intenção ou convicção), um “juiz imparcial” deve obrigatoriamente ponderar também “qual das normas de acção que competem entre si – e cuja validade se dá por estabelecida previamente – resulta mais adequada para o caso concreto” (*ibidem*).

4.2. - A força da razão, a importância da vontade

Finalmente, como tornar a questão crítica do conceito atomista de pessoa e do conceito contratualista de sociedade para que aponta a ética kantiana? Também aqui Habermas volta a evocar os importantes contributos da escola do pragmatismo americano de Mead, Peirce e outros, a qual, nas suas palavras, “tem o mérito de superar o individualismo das teorias do contrato” sem, contudo, abandonar a “substância moral (...) salvaguardada na consciência individual do sujeito particular” (*ibid.*: 52). E a sua ideia de uma comunidade ilimitada de comunicação ou de um “discurso universal” oferece uma alternativa à “interioridade abstracta” de Kant:

Com esse ponto de referência de uma comunidade de comunicação ampliada em termos ideais, a teoria moral despede-se também do conceito pré-social de pessoa. A individuação só é o reverso da socialização. Só numa rede de relações de reconhecimento recíproco pode uma pessoa desenvolver e reproduzir em cada caso a sua própria identidade. (...) Só na medida em que a pessoa se distancia [*extraña*] (ou aliena) nessa rede de relações comunicativas pode tornar-se idêntica a si mesma (*ibid.*: 52).

O próprio conceito de autonomia dos sujeitos é, pelo seu lado, reinterpretado a partir desta lógica de acção comunicativa orientada para o entendimento²⁵. Nesta, falantes

²⁵ Habermas insiste que “só é autónoma” a vontade “que se deixa guiar por aquilo que todos podem querer em comum”, num processo eminentemente racional. A sua definição de autonomia vai além do que dizia Kant, pois

e ouvintes intercambiam as suas perspectivas, envolvendo-se numa relação interpessoal que implica que se reconheçam uns aos outros, e de forma simétrica, como “sujeitos capazes de responder pelos seus actos”, sujeitos que “podem orientar as suas acções por pretensões de validade” (*ibidem*). Os pressupostos necessários da acção comunicativa²⁶ “constituem, deste modo, uma infra-estrutura de entendimento possível, que contém um núcleo moral, a ideia de uma inter-subjectividade não coerciva” (*ibidem*). Como o próprio Habermas escreveu na sua obra mais emblemática, a *Teoria da Acção Comunicativa*:

Só o modelo de acção comunicativa pressupõe a linguagem como um meio de entendimento sem mais abreviaturas, no qual falantes e ouvintes se referem, desde o horizonte pré-interpretado que o seu mundo da vida representa, simultaneamente a algo no mundo objectivo, no mundo social e no mundo subjectivo, para negociar definições da situação que possam ser partilhadas por todos. (Habermas, 1987: 111).

Convém recordar, a este propósito, o modo como Habermas situa o exercício da **vontade** dos agentes no contexto do exercício da **razão prática**. Ele recorda que a resposta à pergunta “que devo fazer?” tem um significado diferente conforme o problema com que esteja a lidar-se, distinguindo entre usos **pragmático**, **ético** e **moral** da razão prática – sendo que o primeiro se orienta para o que é “útil”, o segundo para o que é “bom” e o terceiro para o que é “justo”. Estes diferentes usos da razão prática devem ser olhados como complementares (Arens, 1997), embora sejam relevantes as suas especificidades. No primeiro, buscam-se instruções “de tipo técnico ou estratégico”, uma vez que o “dever ser” das recomendações pragmáticas, “relativizado em função de fins e valores subjectivos”, dirige-se apenas à “*liberdade de arbítrio* de um sujeito” (Habermas, 1991/2000: 57, realce do autor). Ou seja, não responde a qualquer imperativo categórico, mas apenas a imperativos hipotéticos ou condicionados – os que decorrem de interesses específicos que

decorre da teoria da inter-subjectividade que defende. E, segundo esta, “autonomia significa não o poder de disposição que sobre si tem um sujeito que se tem a si mesmo como propriedade, mas a independência do *um*, possibilitada por relações de reconhecimento recíproco, a qual, portanto, não pode subsistir senão com uma independência simétrica do *outro*” (Habermas, 1991/2000: 73). Ou seja, “o conceito inter-subjectivista de autonomia tem em conta o facto de que o livre desenvolvimento da personalidade de cada um depende da realização da liberdade de todas as pessoas” (*ibid.*: 21).

²⁶ Tenha-se presente a distinção feita por Habermas entre os conceitos de “acção estratégica” e “acção comunicativa”. A primeira é uma acção “orientada para o êxito”, tendo uma perspectiva meramente instrumental em função de determinados objectivos concretos (Boladeras, 1996). Como diz o próprio Habermas (1991/2000: 55), “na acção estratégica os implicados supõem que cada um decide egocentricamente em função dos seus próprios interesses”. A segunda, pelo contrário, é “orientada para o entendimento”, baseando-se num “processo cooperativo de interpretação” que possibilita uma compreensão da situação comum aos indivíduos que se encontram afectados por ela, tendo por objectivo uma “formação da vontade” partilhada, geradora de acordo (Boladeras, 1996: 52). A acção comunicativa orienta-se para a negociação de “definições da situação que possam ser partilhadas por todos” (*ibid.*: 50), ou seja, para o estabelecimento de *consensos*, entendidos como acordos racionalmente motivados (Habermas, 1983/1986: 79, realce do autor).

uma pessoa define para si própria. No segundo, o “dever ser” reporta-se a conselhos que Habermas denomina de “clínicos”, ou seja, às acções submetidas e endereçadas “ao *telos* [fim] que representa a vida boa” e que, portanto, “têm como destinatária a aspiração do indivíduo à sua própria auto-realização” (*ibidem*). No terceiro, enfim, estamos perante o “dever ser” categórico das obrigações morais e que se dirige “à vontade livre (livre em sentido enfático) de uma pessoa que actua conforme leis que ela mesma se impôs”; daí que “unicamente esta vontade [seja] autónoma, no sentido de que se deixa determinar inteiramente por razões morais” (*ibidem*). Autónoma, insiste Habermas, “só pode chamar-se a vontade dirigida por razões morais e, portanto, inteiramente racional”.

Na perspectiva de Kant (de que parte Habermas), a razão prática coincide com a moralidade e “só na autonomia se fundem vontade e razão, em unidade” (*ibidem*). A ordem moral é concebida por Habermas como “o âmbito de conciliação de razão e vontade, conhecimento e motivação”, sendo por isso “o âmbito da racionalidade em sentido pleno, por excelência” (Boladeras, 1996: 105). Nisto se distingue da perspectiva do empirismo, segundo a qual a razão prática “se esgota no seu uso pragmático”, bem como da perspectiva aristotélica, em que “a razão prática assume o papel de uma capacidade de juízo que serve para aclarar e ilustrar o horizonte biográfico de um ethos vivido” (Habermas, 1991/2000: 57).

Deste conjunto de elementos se constitui então, no essencial, a **ética do discurso** proposta por Habermas – uma ética que, aliás, revela “uma conexão interna entre capacidades sócio-cognitivas e consciência moral” (e que Habermas acentua, na esteira dos trabalhos de Kohlberg a propósito dos estádios de desenvolvimento moral, já antes referidos²⁷), algo que, no dizer do filósofo alemão, até “coincide com a ideia de Aristóteles de que não adquirimos as nossas intuições morais por meio de doutrinas filosóficas ou de

²⁷ Recordando que a teoria ética desenvolvida por Habermas é cognitivista – ou seja, concebe a rectidão normativa como algo que “pode ser racionalmente fundamentado” (Arens, 1997: 51) –, percebe-se a atenção que dedicou à relação entre os processos globais de aprendizagem e o desenvolvimento da consciência moral, sobretudo com base nos trabalhos de psicologia evolutiva de Piaget e de Kohlberg. Os “estádios de desenvolvimento moral” acompanham, de modo bastante próximo, o desenvolvimento sócio-cognitivo, como resultado de uma aprendizagem que se traduz numa progressão. O último estágio – o da adesão a princípios éticos universais – é o que perspectiva “um indivíduo racional que assume a natureza universal da moralidade” (Boladeras, 1996: 97), coincidentemente com aquilo para que aponta Habermas na “ética do discurso”. Nesse último estágio, os juízos morais são caracterizados pela **reversibilidade** (os pontos de vista podem alterar-se em função de argumentos racionais mais válidos), pela **universalidade** (incluem todos os potencialmente afectados) e pela **reciprocidade** (implicam o reconhecimento, por todos, das pretensões de todos a participar no seu processo de validação) (*ibid.*: 99).

outras mensagens explícitas, mas de forma implícita mediante socialização” (*ibidem*). Mais uma vez, temos pontos de contacto entre perspectivas éticas de matriz diferente.

Habermas sustenta que a ética do discurso se situa na tradição kantiana, mas “sem se expor às objecções que desde o princípio vêm sendo colocadas contra a ética abstracta da intenção”. E situa-a, de facto, na intersecção de algumas preocupações comuns a outras teorias éticas, no que parece ser uma proposta razoavelmente abrangente e com características em alguma medida transversais:

Certamente, a ética do discurso, dado o estreito conceito de moral com que opera, concentra-se nas questões de justiça. Mas não tem que descuidar a ponderação das consequências da acção, como o utilitarismo com toda a razão exige; nem tão-pouco tem que excluir do âmbito da discussão racional as questões da vida boa, pelas quais se interessou muito especialmente a ética clássica, e abandoná-las a sentimentos ou a decisões irracionais (Habermas, 1991/2000: 53).

Ele chama, por outro lado, a atenção para a vantagem de interpretar a moral em termos de teoria da comunicação, com o seu pressuposto de relações inter-subjectivas, designadamente na medida em que isso permite ultrapassar uma visão meramente individualista e monológica dos juízos morais:

A distinção deontológica entre questões normativas, respeitantes à acção correcta, e questões valorativas, respeitantes à “vida boa”, só tem por resultado um conceito de moral estreito, limitado à esfera privada do indivíduo, separado da esfera pública da convivência socialmente organizada, se na base dele se põe um conceito de pessoa desenhado em termos individualistas. Em contrapartida, quando se parte de um conceito de indivíduo já de si socializado, e se vê o ponto de vista moral inscrito na estrutura de reconhecimento recíproco de sujeitos que actuam comunicativamente, a moral privada já não se distingue em princípio da justiça pública, a não ser apenas no que se refere ao grau de organização e à mediação institucional das interacções. Resulta claro, então, que as pessoas enquanto *indivíduos* que se respeitam uns aos outros estão sujeitas à obrigação moral da mesma forma que as pessoas enquanto *membros* de uma comunidade que realiza fins colectivos (Habermas, 1991/2000: 81, realces do autor).

5. Em demanda da síntese ideal

O esforço, patente na “ética do discurso”, de integração de preocupações orientadas tanto para as pessoas como para as comunidades, tanto para o “eu” como para o “outro”, corresponde, no fundo, à tentativa de superação da mais persistente dicotomia enunciada a propósito das profissões – e, de modo muito especial, da profissão jornalística. É, por outras palavras, a tensão constante entre **liberdade** e **responsabilidade** (tal como a abordámos no capítulo anterior), entre a singularidade do **indivíduo** e a sua incontornável inserção em **colectivos**, entre o que “eu”, confrontado apenas comigo próprio, posso, quero ou devo fazer, e o que o “outro”, com quem interajo e partilho a vida, e para quem se

orienta o meu trabalho, legitimamente pode ou deve esperar que “eu” faça. Não espanta, pois, que muitos autores, ao estudarem questões de ética, tenham procurado, de diferentes modos, vias de compatibilização de perspectivas afastadas (quando não opostas), decorrentes das teorias básicas e globais da filosofia moral: a deontológica, a contratualista, a utilitarista, a teleológica ou “da virtude”. A preferência por uma ou outra destas escolas dificilmente conduz a uma adesão integral e incondicional das suas propostas; pelo contrário, multiplicam-se tentativas para, partindo embora de uma ou outra base genérica, retomar também aspectos específicos de demais correntes que, sem ferirem a coerência da abordagem, enriqueçam e completem a opção de partida. É assim que, por exemplo, uma ética especialmente preocupada em afirmar a irreduzibilidade das convicções pessoais e o espaço individual de liberdade acaba por ter também de atender responsabilmente, em alguma medida, às consequências externas das acções daí decorrentes (sem o que cairia num egoísmo inaceitável ou num subjectivismo absoluto), e é assim também que, inversamente, uma ética preocupada antes de tudo com a utilidade das acções e a bondade dos fins colectivos a alcançar também resiste a aceitar o uso de todo e qualquer meio, sobretudo os que passariam por cima do irreduzível núcleo da dignidade individual (sob pena de desembocar nas mais diversas formas de autoritarismo, maquiavelismo ou relativismo a toda a prova).

Bom exemplo deste caminho é a própria ética do discurso. Habermas considera, justamente, que ela não se sente afectada pelas críticas feitas à ética deontológica kantiana ‘pura’ – nomeadamente as de que assenta num conceito individualista da pessoa e numa concepção instrumentalista da sociedade – pois, ao inscrever-se nas lógicas da teoria da acção comunicativa e da concepção inter-subjectiva das pessoas, ela situa esses conceitos noutro plano. A ética do discurso, afirma o próprio Habermas (1991/2000: 96), ocupa uma “posição intermédia” entre os liberais e os comunitaristas, pois “compartilha com os ‘liberais’ a compreensão deontológica da liberdade, da moralidade e do direito, que provém da tradição kantiana”, mas, por outro lado, “compartilha com os comunitaristas a compreensão inter-subjectiva da individuação como socialização, proveniente da tradição hegeliana”. A sua atenção ao sujeito assim considerado faz com que, insistindo embora no princípio da justiça (o primado do “justo” sobre o “bom”), também não esqueça o princípio da solidariedade ou da beneficiência (orientado para o “bem” colectivo). E o seu respeito pela importância das “intenções” ou “convicções” do sujeito racional não a desobriga, por outro lado, de encarar também com “responsabilidade” as suas acções

morais, levando em conta as suas consequências e resultados, pois o sentido global do sujeito só se completa no seu “ser social”:

“A teoria moral habermasiana propõe-se não só dar conta da inviolabilidade individual (princípio de justiça), assente na igualdade de direitos individuais, mas pretende também proteger a rede de relações inter-subjectivas de reconhecimento mútuo (princípio de solidariedade). Ou seja, a ética discursiva pretende responder à aspiração hegeliana de conjugação das teorias morais do dever (justiça) com as teorias morais do bem (bem comum) a partir de instrumentos kantianos (Carreira da Silva, 2002: 121).

Outro investigador que confessa a sua vontade de, idealmente, encontrar uma teoria ética susceptível de cobrir todas as situações, inclinações, doutrinas e exigências é James Rachels (2004), que, não obstante, admite ser essa uma tarefa mais ou menos impossível. Ele sublinha, ainda assim, a importância de dois elementos em qualquer filosofia moral: a sua **racionalidade** (ou seja, a exigência de que qualquer juízo moral se apoie em boas razões e não se fique por simples intuições ou expressões de gosto pessoal) e a sua **imparcialidade** (ou seja, a necessidade de que a moral implique a consideração imparcial dos interesses de cada indivíduo, a nenhum dando uma posição privilegiada). É com estes pressupostos que define o que entende ser uma “**concepção mínima de moralidade**”, um “mínimo comum” que, de algum modo, acaba por estar presente em todas as teorias éticas, embora com diferentes acentuações:

[A] moralidade é, pelo menos, o esforço para orientar a nossa conduta pela razão – isto é, para fazer aquilo a favor do que existem melhores razões –, dando simultaneamente a mesma importância aos interesses de cada indivíduo que será afectado por aquilo que fazemos (Rachels, 2004: 31)

De modo mais específico, e depois de fazer um percurso crítico pelas diversas teorias de filosofia moral, Rachels sugere que uma perspectiva satisfatória poderia ser a de um “**utilitarismo de estratégias múltiplas**”, ou seja, uma que nunca esquecesse que “o fim derradeiro é o bem-estar geral”, mas que assumisse também que “se pode defender estratégias diferentes como meio para alcançar esse fim” (Rachels, 2004: 279). Tratar-se-ia, então, em sua opinião, de tentar encontrar uma lista ideal de todas as “virtudes, motivos e métodos de tomada de decisão” que permitissem “caracterizar uma pessoa cuja vida é simultaneamente satisfatória para si e contribui positivamente para o bem-estar dos outros” (*ibidem*). Como se imaginará, é uma lista exigente e que recolhe contribuições de diferentes doutrinas: ela deveria, de acordo com Rachels, incluir as **virtudes** necessárias para fazer a nossa vida correr bem, os **motivos** com base nos quais agiríamos, os **compromissos e relações** pessoais que nos enquadrariam, os **papéis sociais** que temos de desempenhar, com as inerentes responsabilidades, os **deveres** e preocupações associados

ao nosso projecto de vida, as **regras** quotidianas a observar, as **consequências** próximas e longínquas das nossas acções. Uma lista “extremamente difícil” de elaborar e que “num plano prático, podia ser mesmo impossível” (Rachels, 2004: 280), embora respondesse idealmente às solicitações múltiplas que nos são feitas pelo desafio de qualquer decisão no plano ético ou moral.

Os esforços para encontrar formas intermédias de articular as diversas preocupações éticas que por vezes parecem puxar-nos em sentidos opostos estão também muito presentes nos escritos do americano John Merrill, que se dedica sobretudo à ética dos *media* (como referimos no início deste capítulo) e que já propôs inclusivamente um neologismo para tentar compatibilizar teorias alternativas: uma ética “**deontélica**” (associando *déon*, dever, a *télos*, finalidade). Com ela procuraria harmonizar de raiz duas perspectivas diversas, mas que tocam dois aspectos essenciais da exigência moral – a que enfatiza a prevalência da acção correcta, da observância do dever, e a que enfatiza o fim último a que a acção deve subordinar-se. Seria uma espécie de teoria ética ideal, capaz de responder a todas as questões, tanto às dos fins como às dos meios, tanto às das acções como às das consequências, tanto às da boa intenção como às da “vida boa”, tanto às da liberdade individual como às da responsabilidade social, tanto a “o que devo fazer?” como a “como devo viver?”. E capaz, presumivelmente, de responder melhor também às situações em que um conflito entre valores de importância semelhante deixasse a dúvida sobre que prioridade seguir.

A proposta de Merrill – que ele desenvolve por considerar ser especificamente “a melhor solução para os dilemas éticos do jornalista” (Merrill, 1997: 214) – procura compatibilizar também uma perspectiva “individualista” da ética, muito centrada na pessoa singular e na sua liberdade essencial, e uma perspectiva “comunitarista”, preocupada sobremaneira com a inserção colectiva das pessoas, com as suas inter-relações, com a sociedade no seu todo. Daí ele defender “uma espécie de **mutualismo ético**” (*ibidem*), que vai beber inspiração tanto à ética deontológica fundada numa estrita observância de normas, como às várias formas de ética utilitarista, preocupadas com as consequências da acção e a sua utilidade para atingir o melhor fim para o maior número, como ainda às ideias de Nietzsche de crítica da moralidade tradicional, e até a Kirkegaard e ao seu intuicionismo ligado à experiência religiosa.

Em cada uma das teorias éticas e suas diferentes ênfases, o jornalista pode encontrar alguma coisa de válido, e uma sábia síntese dos aspectos mais valiosos ajudará cada pessoa a desenvolver uma filosofia ética mutualista, mas pessoal (Merrill, 1997: 214).

É, como se compreende, uma proposta tentadora mas porventura demasiado ambiciosa, cuja vantagem maior residirá no facto de chamar a atenção para o risco de adoptar uma dada teoria ética como guia acabado dos processos de decisão e acção, à maneira maniqueísta (o pensamento mutuamente exclusivo de “ou isto, ou aquilo”, como diz Merrill), com o que isso comporta de desresponsabilização do agente face à apreciação concreta de situações concretas. Aliás, é curioso como a perspectiva sincrética de Merrill o leva a convocar Aristóteles, especificamente para sugerir que o “mutualismo ético” corresponde, afinal, à perspectiva prudente da “áurea mediania” do filósofo grego – “no meio está a virtude” –, uma perspectiva que “muitas vezes, se não sempre, conduzirá o jornalista a uma posição mais moderada e mais ética” (*ibidem*). E vai ainda buscar à filosofia aristotélica, perfilhando-o, um elemento central da “ética das virtudes”: aquele que diz que “nos tornamos virtuosos ou éticos – e, em função disso, verdadeiramente felizes – pelo facto de agirmos habitualmente de modo virtuoso” (*ibidem*). O próprio filósofo grego assim o explicou nos seus escritos:

Nenhuma das virtudes surge em nós a partir da natureza ou contra a natureza, mas nós estamos por natureza adaptados a recebê-las, e atingimos a completa perfeição através do hábito. (...) Obtemos as virtudes pelo facto de as exercitarmos, como também sucede no caso das artes. Porque as coisas que temos de aprender antes de as fazer, aprendemo-las fazendo-as (...); portanto tornamo-nos justos na medida em que praticamos actos justos, temperados praticando actos temperados, corajosos praticando actos corajosos (Aristóteles, 350 AC: II/1).

Esta consideração do legado aristotélico significa uma evolução no pensamento de Merrill, que em obras anteriores (nomeadamente em “*The imperative of freedom: a philosophy of journalistic autonomy*”, de 1974) insistira sempre, de modo bastante radical, na perspectiva individualista e “libertária”, entendendo a responsabilidade do jornalista como uma responsabilidade eminentemente pessoal, uma “responsabilidade **por** [*for*] uma escolha ou uma acção” e não uma responsabilidade **para com** [*to*] outros pelo facto de se fazer aquela escolha ou aquela acção” (cit. em Singer, 2006a: 4). Para o Merrill desses anos mais longínquos, a liberdade implicava uma total capacidade de auto-determinação, por parte do jornalista, daquilo que é bom ou mau fazer, com autonomia não só face a controlos externos, mas até face a controlos internos como directivas dos chefes, códigos deontológicos ou práticas rotineiras do grupo profissional. Posteriormente, embora mantendo esta preocupação essencial, ele acabou por ir reconhecendo a necessidade de alguma consideração pelo bem da sociedade e orientação para um “bom fim”, à maneira das propostas da “ética das virtudes” de Aristóteles, que associa a prossecução de uma “vida boa” individual à sua contribuição para uma “vida boa” de todos. É significativo o

título de uma das suas obras desta segunda fase, por contraposição com o anterior: *The dialectic in journalism: towards a responsible use of press freedom*, datada de 1989.

É na proposta “mutualista” de Merrill – e, portanto, na busca de abordagens susceptíveis de aproximar, ou até integrar, teorias éticas de matriz essencialmente diferente – que explicitamente se filia o contributo teórico mais recente de Jane Singer (2006a), com a vantagem suplementar de incluir já uma aprofundada reflexão sobre os novos contextos em que se exerce o jornalismo contemporâneo em sentido lato (ou seja, entendido não só como o trabalho dos jornalistas profissionais, em suportes tradicionais e sobretudo nos novos suportes digitais, mas igualmente como o trabalho de recolha, tratamento e difusão de informação cada vez mais realizado, no ciberespaço, por pessoas que não cabem na definição habitual e comum de jornalistas – e.g. os autores de blogues).

Singer confronta-se, como os precedentes, com a velha e tensa dicotomia entre **liberdade e responsabilidade** – entendida esta também no sentido de responsabilidade “para com”, de “responsividade”, de *accountability* –, apontando o perfil desejável de jornalista, no que toca ao enquadramento teórico das suas exigências éticas, como um “**existencialista socialmente responsável**” (Singer, 2006a: 13). Da filosofia existencialista ela retém “a sua ênfase central na existência individual concreta e, por extensão, as ideias de individualismo moral, de subjectividade, de escolha pessoal e de comprometimento”, invocando por exemplo a insistência de Sartre “na liberdade individual para escolher e na necessidade de assumir uma responsabilidade individual por essas escolhas” (*ibid.*: 4); esse seria o caminho para preservar o valor, considerado central e indeclinável, de **autonomia** no trabalho jornalístico. Mas tal não parece suficiente para responder a todas as questões, sobretudo as que progressivamente se colocam nos tempos actuais. Assim, vai à teoria da responsabilidade social – tal como foi desenvolvida nos EUA a partir dos trabalhos da Comissão Hutchins – buscar o apoio doutrinário complementar que implique o jornalista com uma também indeclinável **responsabilidade para com** aqueles em nome de quem trabalha e cujo “direito moral” à informação supostamente procura servir.

Se algum *medium* alguma vez reclamou mais a combinação das noções de existencialismo e de teoria da responsabilidade social aplicadas aos jornalistas e ao jornalismo, esse *medium* é a Internet. A Internet garante a cada utilizador individual uma completa autonomia de comunicação pessoal, a par do poder de disseminar globalmente essa comunicação com um simples clique. Mas não há uma inerente responsabilidade social associada a essa acção; um utilizador *on-line* não precisa de ter obrigações para com qualquer outro utilizador. É precisamente por isso que o/a jornalista tem que escolher aceitar essa responsabilidade. É o explícito reconhecimento dela, bem como os modos pelos quais essa responsabilidade se exerce no concreto, que o/a diferencia dos/das que recusam fazê-lo. O coração da noção de um existencialista socialmente responsável reside numa combinação de livremente escolher ser responsável para poder desempenhar um papel social baseado na confiança (Singer, 2006a: 13).

O desenvolvimento de tais pressupostos leva Singer a avançar com uma nova caracterização da própria identidade profissional do jornalista de hoje (e de amanhã), e onde a dimensão normativa – ou seja, ética e moral – acaba por desempenhar um papel central, se não mesmo tendencialmente único, como factor específico e distintivo. Voltaremos a esta perspectiva – que em larga medida vem ao encontro do argumento central deste nosso trabalho – em páginas posteriores. Por agora, interessa reter, no contexto da apreciação e comparação de diferentes teorias éticas, a sua tentativa de articular uma filosofia de pendor claramente individualista, como é o existencialismo (sem prejuízo das considerações humanistas que também estão presentes no pensamento de muitos dos seus mais conhecidos cultores), com a exigência de consideração do colectivo, da comunidade, que é própria da teoria da responsabilidade social.

6. Porquê ter um comportamento ético?

Mas porquê, afinal, ter um comportamento ético? Porquê cumprir certos deveres e obrigações morais? Desenvolver a prática de virtudes e um carácter virtuoso, com vista ao fim último de uma “vida boa”, é algo que merece ser prosseguido em nome de quê, concretamente? De que se compõe uma “vida boa” e quem nos diz (ou como sabemos) o que isso significa? A disposição de elaborar e seguir um conjunto de normas morais ou deontológicas impõe-se-nos racionalmente por que razão prévia e com que objectivo? A que se deve o nós, seres humanos racionais, sentirmo-nos bem com o seu cumprimento e mal com o seu desrespeito?

Acima das teorias éticas que enfatizam diferentemente uma ou outra prioridade no nosso ser e agir moral, e que apontam distintas perspectivas procedimentais para a definição consensualizada dos deveres que adoptamos, coloca-se a questão ‘prévia’ de saber se há ou não, e qual, uma espécie de fonte primeira que dê sentido e justificação ao “que (dever) fazer”, ao “como viver” – se não mesmo ao “como ser”. E, tomando como pressuposto que essa eventual fonte primeira não pode já ser situada numa qualquer ordem divina ou cósmica exterior (e como tal imposta) ao homem, fica a hipótese de que ela seja encontrada no seio do próprio homem, na sua natureza humana racional. Daí que tenha havido, desde sempre, muitas tentativas de encontrar, definir e justificar um conjunto de “princípios éticos universais”, uma espécie de “proto-normas morais” ou “valores

universais” (Christians & Trauber, 1997) com conteúdo substancial e que, impondo-se globalmente por si próprias acima das particularidades históricas, sociais, culturais ou étnicas, funcionariam como origem primeira, referencial e legitimadora de códigos e condutas eticamente aceitáveis.

Há doutrinas éticas para quem estes problemas mal se colocam ou, pelo menos, são mais facilmente resolvidos: é o caso do utilitarismo, que faz basear as normas morais na sua maior ou menor adequação à obtenção de determinadas consequências ou resultados, como é também o caso do contratualismo, que, no limite, situa os deveres morais apenas no livre encontro de vontades das partes contratantes. Mas são perspectivas que frequentemente não nos ajudam a resolver dilemas importantes, por exemplo os que decorrem da sensação de que certas acções não são correctas (não são moralmente aceitáveis), por muito positivos ou vantajosos que sejam os fins que elas visam.

Torturar o filho de um terrorista, na presença do pai, com vista a obter deste uma confissão que permita impedir um atentado e, com isso, salvar um conjunto de vidas²⁸, parece um “mal menor” que uma visão utilitarista ou consequencialista aceitaria, em nome do “bem maior” que almeja; no entanto, apesar da genuína boa intenção e da utilidade do procedimento, parece óbvio que se lida mal com a sensação aguda de se estar a fazer algo de moralmente errado, ou seja, torturar uma pessoa. Mas se este dever (não torturar uma pessoa) se me impõe com carácter categórico, como pretendem as doutrinas deontológicas, e se em nome dele eu abduco mesmo de eventualmente salvar um conjunto de vidas (o que parece, concordaremos, uma acção também bastante recomendável em termos morais), então é importante que eu saiba porquê. Ou seja, em que se fundamenta, em que radica primacialmente, essa norma que me diz “não deves torturar uma pessoa”, a ponto de fazer dela uma espécie de “dever absoluto” – simétrico de um “direito absoluto” da pessoa humana a não ser torturada – que passa acima de quaisquer outros deveres ou direitos. E, numa perspectiva de questionamento ético que vá ao fundo da questão, de modo nenhum basta responder com um simples “não é correcto torturar porque a norma moral diz que tal não se deve fazer”; pelo contrário, a norma diz que tal não se deve fazer precisamente

²⁸ Apresentamos este exemplo por ele ser um “clássico” muito utilizado nos debates sobre este problema, sobretudo na sequência dos trabalhos de Samuel Scheffler (que desenvolveu uma crítica aprofundada às abordagens éticas consequencialistas), e que também serve a Sarah Stroud (2001) para ilustrar o seu trabalho dedicado à “busca da fonte das normas deontológicas”, como a Bernard Baertschi (2001) para tratar a questão do “lugar do normativo em moral”.

porque “torturar não é correcto”. E porquê, então? Há que ir em busca do fundamento que precede a **norma**. Ou seja, do **valor** que a explica, justifica e impõe.

6.1. - *Antes das normas, os valores*

O carácter normativo da moral (a sua tradução em normas de acção) “não é primeiro, mas derivado”, como acentua Baertschi (2001: 70): “O lugar das normas, ou seja, dos enunciados morais que exprimem deveres ou obrigações, não é central, mas lateral em ética”. Este autor recorda que o imperativo “tu deves” da norma moral – o “**dever como tarefa** [*tâche*]”, dirigido à nossa vontade – não esgota o campo da moral, pois ele articula-se com um outro “dever”, o “**dever como ideal**”, traduzido já não em “tu deves” mas num mais universal e impessoal “deve-se”. E este não se refere já a uma “tarefa”, mas ao valor que a fundamenta e lhe dá sentido. Para voltar ao exemplo anterior, o dever que me imponho de não torturar uma pessoa radica num valor anterior, universal e absoluto, de que “não se deve torturar pessoas”, pois isso ofende o carácter inviolável da vida humana e da sua inerente dignidade. E é neste valor (neste “dever como ideal”) que se funda a minha, a nossa obrigação moral.

Se eu não devo cometer injustiças, é porque não deve haver injustiça; e se isso é assim, é porque não é bom que haja injustiça ou, dito de modo equivalente, porque a injustiça é um mal (possui valor negativo). Na origem há os valores; quando eles entram em relação com a realidade (o nosso mundo), aspiram a realizar-se nela (dever-ser ideal); e daí o apelo que eles nos dirigem e a exigência que nos impõem (dever como tarefa [*tâche*]) (Baertschi, 2001: 72).

Esta prioridade do axiológico sobre o normativo – do “ideal” sobre a “tarefa”, ou do “**dever ser**” sobre o “**dever fazer**”, para utilizar a terminologia preferida por alguns autores – é marcante nas éticas de matriz aristotélica (como terá resultado claro da nossa explanação), ao contrário das éticas deontológicas, em que o cumprimento dos deveres parece ser um fim em si, e só por si justificado. Por isso se coloca mais em relação a estas a necessidade de saber qual a fonte das normas (Stroud, 2001), sob pena de poder cair-se num “deontologismo” que de ético pouco tem, restringindo-se à observância mecânica e literal de preceitos, como se de uma receita pré-fabricada e cega se tratasse, e nela considerando cumpridas todas as nossas exigências de moralidade.

Ao contrário do consequencialismo – cuja instrução básica aconselha tão simplesmente a “realizar aquela acção que conduz ao melhor estado de coisas possível” (Stroud, 2001: 155) –, a perspectiva deontológica nem sempre deixa claros para nós os seus reais fundamentos. Uma atitude consequencialista ou utilitarista coloca-nos, de certo

modo, num ponto de vista “exterior” ao agente: as razões da acção justa são situadas para além de nós, atendo-se aos resultados que com ela se obtenham. De alguma maneira desresponsabilizam-nos enquanto agentes, pois a justificação dos nossos actos está para além dos actos em si. Pelo contrário, na atitude deontológica de respeito por uma norma, sem consideração calculada dos seus resultados, estamos directamente implicados na decisão de agir de um certo modo, o que nos coloca num ponto de vista “interior”: significa isto que está em causa o próprio carácter moral do agente e a sua concepção de indivíduo moral responsável, de onde decorre a importância de saber os “porquês” da norma justa. Mais uma vez, é a ética que interpela a norma moral, o “ser” que fundamenta e justifica o “fazer”. Como diz Stroud (numa formulação que novamente nos faz ecoar as propostas de Aristóteles), “a ética deve tomar como ponto de partida o facto de dedicar atenção ao **carácter** e, em particular, à **integridade** moral do indivíduo”, consistindo tal integridade no facto de que “uma pessoa governa a sua vida a partir dos seus próprios julgamentos morais”, e nisso consiste a responsabilidade fundamental da vida moral (Stroud, 2001: 157, realces nossos). Acção e agente estão, assim, implicados em simultâneo. Daí também que esta perspectiva se preocupe não tanto em “prescrever ou proibir directamente certos tipos de acção”, mas antes em exigir que se garanta sempre “uma certa *relação* entre os actos e o juízo de um agente” (*ibid.*: 158, realce da autora).

Voltando ao exemplo atrás citado, podemos dizer que o dever moral de não torturar uma pessoa (independentemente de um bem para outros que daí pudesse resultar) decorre de um valor prévio associado ao estatuto moral que se confere aos seres humanos e que faz com que a sua vida e integridade física sejam consideradas invioláveis. Porque a posse de determinados direitos básicos é, em si mesma, um direito humano inviolável em termos absolutos. Esta **inviolabilidade** é, portanto, um **valor** intrínseco com carácter objectivo:

Se fosse aceitável maltratar uma pessoa para poupar várias outras pessoas à mesma sorte, isso significaria que, no fim de contas, *ninguém* é inviolável. E isso seria uma coisa má até para nós próprios, porque a nossa inviolabilidade é intrinsecamente valiosa. Temos, pois, uma explicação da razão pela qual, por exemplo, é mau torturar mesmo com o objectivo de promover o bem-estar colectivo total. Afirmar o contrário seria inaceitável, porque tal implicaria que nós deixássemos de ser realmente invioláveis (Stroud, 2001: 162, realce da autora).

Encarar as coisas em termos de respeito por valores intrínsecos e absolutos (fundamento das normas morais), e não apenas em termos do dever de respeitar os direitos de outrem, tem uma vantagem suplementar. Com efeito, pode dizer-se que por vezes é moralmente admissível infringir os direitos de alguém em nome de um direito ou bem maior, sem que por isso nos coloquemos numa posição utilitarista. Veja-se o exemplo

(*apud* Stroud, 1999) de alguém que é dono de um terreno e que, como tal, tem o direito de que ninguém o invada sem autorização; mas se um vizinho, numa situação de urgência, precisar de atravessar esse terreno para chegar mais depressa com o seu filho ferido ao hospital, infringe aquele direito do proprietário sem grandes problemas e ninguém (nem certamente o próprio detentor do direito...) o condenará por isso. Por um lado, há um direito ‘maior’ – o direito à vida – que se sobrepõe; por outro lado, a **infracção** pontual daquele direito de propriedade, justificada pelas circunstâncias, não significa uma **violação** do direito básico das pessoas à posse e usufruto de propriedades. Quer isto dizer que os direitos não são sempre, ou todos, absolutos – e, portanto, que os simétricos deveres morais de respeito deles, entendidos e praticados de um modo absoluto, podem igualmente nem sempre cumprir o elevado objectivo ético que se propõem. Em contrapartida, a correcta compreensão dos valores essenciais que eles pretendem servir, e em nome dos quais foram estabelecidos, mesmo podendo implicar novas e arriscadas decisões da nossa parte, dão melhores garantias de que assumimos as nossas indeclináveis responsabilidades e, portanto, preservamos a nossa integridade moral.

Para que eu “**faça**” aquilo que “**devo**”, é importante, pois, que eu “**saiba**” aquilo que é bom fazer-se, e porquê; e esse “saber” é caminho também para que eu “**queira**” fazê-lo, como um acto livre de vontade, e não como um constrangimento que se segue a contra-gosto só por causa da existência de uma norma. Voltamos a Aristóteles:

O homem que não se regozija com as acções nobres não é sequer bom; pois ninguém pode chamar justo a um homem que não gosta de agir de modo justo, nem se pode chamar liberal a um homem que não gosta de agir de modo liberal; e assim em todos os outros casos. Se é de facto assim, então as acções virtuosas devem ser em si próprias fonte de prazer (Aristóteles, 350 AC: I/8)

Daqui decorre que a precedência e prevalência dos valores sobre as normas permite, enfim, a conclusão de que “uma moral sem obrigação é, no limite, concebível” mas, em contrapartida, já não o é “uma moral sem valores” (Baertschi, 2001: 79). Dito por outras palavras: a adesão ética a princípios e valores universais é condição prévia essencial para uma adequada conduta moral, ao passo que o simples respeito mecânico de um catálogo de deveres ou normas morais não garante, só por si, uma exigência ética. Além do mais, nem todos os valores morais estão obrigatoriamente traduzidos em normas, e nem por isso devem ser menos considerados. A vertente prescritiva ou imperativa da moral respeita apenas a “acções de tipo voluntário ainda não consumadas” (*ibid.*: 83), enquanto a sua vertente valorativa, prévia àquela, cobre muitas outras acções e aspectos: acções involuntárias, estados mentais, motivações, intenções, disposições, etc. É, assim, mais

ambiciosa, mais exigente, mas também mais “ética”, se assim se pode pleonasticamente afirmar: voltada para o “ser”, não tanto (ou não só) para o “fazer”. Colocar “o axiológico no centro do moral” pode ainda ajudar a combater a tentação de se encarar a moralidade como “qualquer coisa exterior ao funcionamento da nossa própria natureza”, como “qualquer coisa imposta do exterior” (*ibid.*: 86) – algo que nega o próprio sentido moral.

6.2. - A hipótese das “proto-normas universais”

A procura e identificação desses valores fundamentais e primeiros, dessas proto-normas com carácter universal que fundamentariam os deveres morais e dariam conteúdo substantivo ao fim desejado de uma “vida boa”, tem sido feita por muitos estudiosos mais ligados ao domínio específico da ética da comunicação e dos *media*. Exemplos disso são duas relevantes obras colectivas intituladas, respectivamente, “*Communication ethics and global change*” (1989) e “*Communication ethics and universal values*” (1997), associando autores de renome como Clifford Christians, Michael Traber, Deni Elliott, Thomas Cooper, Robert White ou Kaarle Nordenstreng, entre vários outros, com o propósito comum de, a partir de diversas abordagens teóricas, encontrar e explicitar eventuais “proto-normas universais” (Christians, 1997) susceptíveis de alicerçar um sentido ético prévio às normas morais ou aos preceitos deontológicos. Com esse propósito foram estudadas diferentes sociedades, comunidades e culturas, uma vez que a abordagem “universalista” da questão procura, precisamente, confirmar a existência de princípios de conduta e de comportamento semelhantes, independentemente da sua inscrição concreta num tempo, espaço ou cultura particular. Ou seja, tenta confirmar a hipótese de que “certos valores universais pertencem à condição humana enquanto tal” (Elliott, 1997: 82).

Mas não é só a necessária precedência da ética sobre a moral que nestes trabalhos se desenvolve e justifica. Simultaneamente, aponta-se para uma precedência da ética *tout court* sobre uma ética da comunicação – ou, mais especificamente, sobre uma ética da comunicação dos *mass media* e dos seus directos protagonistas –, quer porque se entende que comunicação mediática é, antes de tudo, comunicação, quer porque se inscreve a actividade comunicativa no próprio processo de constituição dos seres humanos enquanto tais, na medida em que “ser” é “ser com”, num processo de permanente interacção em que o uso partilhado da linguagem tem um papel irrenunciável. Portanto, uma ética da comunicação mediática ou uma ética dos comunicadores profissionais será forçosamente, antes disso, uma ética de pessoas convivendo (logo, comunicando) em sociedade, uma

ética de seres humanos e de cidadãos que partilham com outros seres humanos e cidadãos uma essencial natureza humana comum, primordial e inegociável, acima das posições, lugares, funções ou idiossincrasias próprias de cada um. Trata-se, portanto, de uma visão que “transcende o mundo da prática dos *mass media*” e que procura dar “uma contribuição para o *ethos* público, ou seja, para um mais humano e mais responsável código de valores que a sociedade no seu conjunto podia e devia adoptar” (Christians & Trauber, 1997: ix). O que, de resto, reforça a necessidade de uma abordagem da ética em termos colectivos, sociais, não a restringindo a perspectivas de responsabilização apenas individual, como vemos ser feito com alguma frequência.

A premência e, simultaneamente, o melindre desta busca de proto-normas éticas universais no contexto histórico da chamada pós-modernidade são postos em realce por Christians (1997), uma vez que o pensamento dominante parece dirigir-se – e em alguns casos por boas razões, como as de respeito pela diversidade cultural do mundo que partilhamos – para uma progressiva ausência de normas, quaisquer que elas sejam, ou até para a recusa liminar do próprio conceito de norma. Postas em causa as certezas, decorrentes do iluminismo, de uma exclusiva fundamentação racionalista das normas morais, este terreno torna-se mais propício a posições de relativismo filosófico, de cepticismo, quando não de niilismo – algo que, precisamente, se pretende ultrapassar:

O período modernista inseriu as questões morais na epistemologia, e quando o seu sistema cognitivo colapsou, também os imperativos morais foram destruídos. Mas se a normatividade for adequadamente entendida em termos da nossa totalidade humana, volta a ser viável, no contexto contemporâneo, um fundamento ontológico para a ética. Portanto, coloca-se a pergunta à meta-ética: existem princípios globais, ou uma ordem moral, ou normas mestras, que façam parte da nossa natureza de humanos [*humanness*]? (Christians, 1997: 6).

Contrariando a “assunção pós-moderna (...) de que nenhum ‘deve’ pode ser derivado de um ‘é’” (*ibid.*: 7) – e que remete para a velha “falácia naturalista” de Hume –, Christians aponta um princípio universal que parece primordial e incontornável: o da existência da própria **vida** e, conseqüentemente, o dever de a preservar e respeitar enquanto tal. Invocando o filósofo alemão Hans Jonas (1984) e a sua afirmação de que “ao desenvolver a vida, a natureza evidencia pelo menos *um* objectivo determinado – a própria vida” (Jonas, 1984: 74), sublinha também, com ele, que “o nosso dever de preservar a vida deve ser entendido como semelhante à responsabilidade de todos os pais para com os seus filhos” (*ibid.*: 95), algo que está presente em todas as sociedades, em todas as culturas, em

todas as esferas da natureza e que, por isso, nos surge como um tão imperativo princípio universal que nem sequer parece necessário traduzi-lo em norma ou obrigação moral²⁹. Este dever de os pais cuidarem dos filhos é, assim, “um ‘deve’ *a priori*, ontologicamente fundamentado, uma obrigação intemporal e inegociável”, como sustenta Christians (1997: 7), explicitando:

A responsabilidade humana relativamente à existência natural contribui para afirmar a possibilidade de imperativos intrínsecos na filosofia moral. Demonstra que é legítimo concluir que o dever colectivo pode ser cósmico, primordial, e independente dos nossos papéis ou contratos. (...) Mais do que gerar uma concepção abstracta de bem, o carácter sagrado primacial da vida é um catalisador para ligar os seres humanos universalmente num todo orgânico. (...) Por outras palavras, há proto-normas que precedem a sua reificação em princípios éticos (*ibid.*: 7-8).

A solidariedade universal necessariamente decorrente desta asserção acaba, assim, por poder ser considerada o princípio básico da ética “e o núcleo normativo de toda a comunicação humana” (*ibid.*: 8) – sendo que a comunicação é, em si, um elemento constitutivo da própria natureza humana enquanto tal, e nela confluem os planos biológico (o corpo), racional (a mente) e interpretativo, simbólico (o espírito) do ser.

Deste imperativo respeito pelo carácter sagrado primordial da vida decorrem, segundo Christians, três princípios éticos básicos e universais básicos, partilhados por todos acima e além das condições ou contextos específicos: o respeito pela **dignidade humana** (que é independente de méritos morais ou definições subjectivas de interesse próprio, pois assenta no simples facto de que somos seres humanos – e, como tais, necessariamente solidários), o respeito pela **verdade** (se a linguagem é “o meio primário da formação social”, então “a existência humana é impossível sem um indeclinável compromisso com a verdade” (*ibid.*: 13), base essencial de confiança para o estabelecimento de relações comunicativas) e a **recusa da violência** (corolário lógico da preservação da vida, desde logo – e de uma vida digna, em consequência).

Trata-se, por assim dizer, de “proto-normas inscritas no ser” (*ibid.*: 16), de princípios universais que consubstanciam uma “**ética do ser**” [*ethics of being*] – o que não significa que delas decorram, depois, normas morais concretas exactamente iguais em todas as comunidades. Esta “solidariedade humana enraizada num respeito universal pela

²⁹ Como sublinha Elliott (1997: 73), “não é necessária a existência de uma lei, ou regra, ou convenção, para que actuemos de modo consistente com a noção de valores morais universais”. Recorda, a este propósito, as afirmações de James Wilson de que “os mais importantes universais humanos não assumem sequer a forma de regras”, pois “o que é mais propenso a ser universal são aqueles impulsos que, precisamente por serem tão comuns, nem precisam de ser estabelecidos em forma de uma regra” (cit. em Elliott, 1997: 73). O impulso para evitar o incesto é um dos exemplos referidos; outro é precisamente o impulso para tomar conta dos próprios filhos. O princípio genérico de falar verdade quando se comunica com outrem pode igualmente ser incluído nesta categoria.

vida”, mais do que uma “certeza epistémica”, é “uma questão de comprometimento” (*ibid.*: 19), de onde decorrem, naturalmente, consequências em termos de organização social, de relação entre sujeitos, de exercício do poder. No entanto,

[u]m compromisso com proto-normas universais não elimina todas as diferenças quanto àquilo que pensamos e em que cremos. Uma ética normativa ontologicamente fundamentada é pluralista. A única questão é se os nossos valores afirmam ou não o bem humano. (...) Princípios éticos fundados no ser não obstruem culturas nem impedem o seu desenvolvimento. Pelo contrário, libertam-nos para a acção estratégica e fornecem uma direcção para a mudança social (*ibid.*: 18).

Insistindo também na centralidade original da comunicação e na exigência de uma moralidade que lhe seja subjacente, Pasquali (1997) pronuncia-se a favor de “uma nova moral da inter-subjectividade” como condição para valorizar a “dimensão antropológica da relação” entre as pessoas, hoje tão desgastada por um panorama global em que “a capacidade de expressão participativa foi confiscada, mesmo debaixo do nariz da democracia, pelos poderes económicos e políticos” (Pasquali, 1997: 33). Considerando que os *mass media* são actualmente “os mais importantes modeladores da opinião pública” e que por eles passa também “uma das mais inter-subjectivas actividades relacionais” (*ibid.*: 37), este autor entende que é necessário estabelecer com eles “um novo contrato social” susceptível de redefinir papéis e reequilibrar os direitos, obrigações e responsabilidades entre os difusores e os receptores da comunicação. Isso só se consegue através da “expansão da inter-subjectividade”, fazendo-a chegar ao seio da comunicação mediática, e designadamente obrigando a algum tipo de partilha dos seus poderes de decisão, sob pena de tudo ficar resumido a uma inter-subjectividade artificial, “mesmo que se tenha na mão um sofisticado aparelho de controlo remoto” (*ibid.*: 38).

Este reforço de uma moralidade da inter-subjectividade – uma moralidade antropocêntrica, baseada na relação com os outros, e que aponta para a “relação entre sujeitos como pedra de toque de uma relação eticamente justa” (*ibid.*: 36) – está presente, segundo recorda Pasquali, nas preocupações dos teóricos da Escola de Frankfurt e, mais proximamente, nos estudos de filosofia da linguagem (desenvolvidos pelos pragmáticos americanos e retomados por Habermas), que insistiram na ligação entre linguagem e sociabilidade, colocando em lugar proeminente “o elemento comunicador e socializador do discurso”:

O universo relacional (em termos linguísticos e morais) é agora concebido como inerente à função comunicativa. A partir desta verificação, podemos afirmar que estão já parcialmente lançados os alicerces de uma nova moralidade da inter-subjectividade centrada na relação, e mais particularmente na comunicação (*ibid.*: 44).

Estas são matérias que Habermas aprofundou na sua “ética do discurso” – uma teoria que, embora deixe sempre bem marcado o seu carácter procedimental, nem por isso deixa de pressupor, na leitura de Arens (1997), alguns princípios universais, importantes para o contexto de uma ética da comunicação. Em sua opinião, são três os princípios, directamente articulados com os três tipos de pretensões de validade presentes no discurso prático³⁰, que podem entender-se como proto-normas éticas de âmbito universal, com aplicação clara no domínio da comunicação social: o de **orientação para a verdade** – com a tríplice implicação de “falar verdade”, de “estar aberto às pretensões de verdade do outro” e de procurar “atingir uma verdade comum e partilhada” –, o de **sinceridade** – que, no caso específico dos *media*, aponta para a exigência de que “se torne visível” a pessoa que está por trás da informação difundida – e o de **justiça** – com a implicação dupla de o próprio “estabelecer relações justas” mas também, mais globalmente, “se bater por relações justas” que, no caso da comunicação, significam abertura à participação e à solidariedade para com os habitualmente esquecidos ou excluídos. No fundo, tratar-se-ia, segundo Arens (*ibid.*: 63), de conceber a ética de comunicação dos *mass media* como sendo, ela própria, **uma concretização da ética do discurso**, com tudo o que isso implica de exigências de inteligibilidade, de construção argumentada e inter-subjectiva de consensos, de inclusão de todos, de abertura à discussão e à crítica sobre as diferentes pretensões de validade de cada um dos envolvidos nos processos comunicativos.

Também no âmbito das teorias do desenvolvimento moral se coloca a questão da existência de princípios éticos universais, tanto mais que, de acordo com a escala de desenvolvimento proposta por Kohlberg, o estágio moralmente mais avançado aponta, precisamente, para uma conduta orientada segundo tais princípios – e já não, como nos estádios menos avançados, para uma conduta moral justificada pelo medo de punição ou desejo de recompensa, pela atenção à apreciação dos outros ou pela adequação a um determinado papel que se tem no grupo social.

As teorias do desenvolvimento moral, como vimos antes, repousam na noção de que “os seres humanos se desenvolvem moralmente de um modo análogo aos modos como se desenvolvem nos planos físico, cognitivo e linguístico” (Elliott, 1997: 73). Mesmo que

³⁰ Recordemos estes três tipos: pretensão de validade ligada à *verdade*, no que se refere aos enunciados declarativos reportados ao mundo objectivo; pretensão de validade ligada à *sinceridade*, no que se refere aos enunciados expressivos ligados ao mundo subjectivo; e pretensão de validade ligada à *correção* ou justeza, no caso de enunciados normativos reportados ao mundo relacional.

tais teorias suscitem abordagens nem sempre coincidentes, parece claro que é sempre possível identificar nelas algumas componentes comuns: a constatação de que também em termos morais há uma “progressão sequencial” dos indivíduos – resultado de uma aprendizagem –, a ideia de que essa progressão implica evoluir de um foco essencialmente no “eu” para um foco igualmente nos “outros”, a ideia complementar de que a fonte de julgamento moral se desloca progressivamente de uma “instância heterónoma” (bem e mal definidos externamente) para uma “instância autónoma” (julgamento próprio, decorrente da interiorização de certos valores), e, em consequência, o pressuposto de que é possível identificar valores universais. Isto implica, por outro lado, a assunção de que “os seres humanos crescem para o bem naturalmente, tal como crescem naturalmente para a maturidade física ou cognitiva” (*ibid.*: 75), o que significa que todos eles dispõem, à partida, de um “sentido moral” [*moral sense*] com potencialidade para se desenvolver. Daqui não decorre, porém, que se considere o ser humano “inatamente bom”, mas sim “potencialmente bom”:

Dizer que as pessoas têm um sentido moral não é o mesmo que dizer que elas são *inatamente boas*. Um sentido moral tem de competir com outros sentidos também naturais em todos os humanos – o desejo de sobreviver, de adquirir propriedades, de encontrar satisfação sexual, de acumular poder –, ou seja, com os interesses próprios em sentido estrito. O modo como essa competição é resolvida será diferente conforme o carácter, as circunstâncias e as tendências culturais e políticas do tempo. Mas dizer que existe um sentido moral é o mesmo que dizer que os seres humanos, pela sua natureza, são *potencialmente bons*” (Elliott, 1997: 75, realces nossos).

Nos termos propostos por Kohlberg, o último estágio de desenvolvimento moral pressupõe que o indivíduo, já num nível não dependente de regras ou convenções, assuma a natureza universal da moralidade e aja em função dela, num contexto de reciprocidade – o que significa reconhecer a todos e cada um dos outros os mesmos direitos e deveres básicos que reconhece para si próprio. Subjaz aqui, então, um primordial e universal princípio ético de **justiça** cuja premissa é a **equidade**. Estas propostas foram, no entanto, revisitadas e complementadas por Carol Gilligan, a discípula de Kohlberg que entendeu deverem incluir-se também na esfera moral questões ligadas ao “cuidar” [*care*] das pessoas (ver o que dissemos atrás sobre a “ética dos afectos”). Isso significou chamar a atenção para outro tipo de experiências no âmbito de uma conduta moral responsável:

Enquanto uma ética da justiça procede da premissa da *igualdade* – toda a gente deve ser tratada da mesma maneira –, uma ética dos afectos assenta na premissa da *não-violência* – não deve fazer-se mal a ninguém. Na representação da maturidade [moral], ambas as perspectivas convergem para a constatação de que assim como a desigualdade afecta negativamente ambas as partes envolvidas numa relação desigual, também a violência é destrutiva para todas as pessoas envolvidas (Gilligan, *apud* Elliott, 1997: 77, realces nossos).

Ao princípio ético universal da justiça / equidade haveria, então, que acrescentar o da **não-violência** e do **cuidar**, de modo a atingir a plena maturidade em termos morais. “Não causes mal a ninguém sem justificação” – este seria o valor universal, remetendo para uma consideração de todo o ser humano como um ser merecedor de respeito mas também de cuidado, de afecto. E neste ponto particular radica a riqueza da proposta de desenvolvimento moral avançada por Gilligan (e posteriormente continuada por autoras como Nel Noddings, Jean Grimshaw e Seyla Benhabib, entre outras): ela não se fica pela componente “negativa” de “não fazer mal a ninguém”, mas alarga-se também a um enfoque “positivo”, o de “fazer bem aos outros”, no sentido de cuidar deles. É, por assim dizer, uma espécie de extensão do princípio universal atrás referido de que os pais cuidam naturalmente dos seus filhos: a perspectiva de Gilligan e da “ética dos afectos” sublinha, afinal, que “cuidar uns dos outros faz parte do ser-se humano” (Elliott, 1997: 80). A relação com o outro – e o “outro concreto”, não apenas o “outro generalizado” – é entendida já não apenas em termos de reciprocidade formal mas, mais longe que isso, em termos de complementaridade, como escreveu Seyla Benhabib:

Cada pessoa tem o direito de esperar e de assumir, relativamente ao outro, formas de comportamento através das quais o outro se sente reconhecido e confirmado como um indivíduo concreto com necessidades, talentos e capacidades específicas (cit. por Elliott, *ibid.*: 81).

E daqui decorre que os critérios orientadores de uma relação moralmente adequada com o outro concreto incluem também o amor, o cuidar, o preocupar-se, o ser solidário, de modo que “a ética dos afectos não só confirma a humanidade geral do outro, mas também a sua individualidade humana” (*ibidem*).

Por tudo isto considera Elliott que “o centro ontológico de onde emana uma ética dos afectos” é “crucial para o tema dos valores universais” (Elliott, 1997. 81). O pressuposto essencial é que a vida humana deve ser não só respeitada e reverenciada, como afectuosamente cultivada e cuidada:

A comunidade ou sociedade moral ideal é uma comunidade do cuidar [*caring community*], na qual a vida é respeitada e cuidada no seu contexto concreto. Nada é, pois, mais genuinamente universal do que a estrutura essencial da natureza humana com a sua preocupação pela preservação e desenvolvimento da vida, seja a própria, seja a dos outros. Ambas dependem de, e são tornadas possíveis por, padrões de desenvolvimento de relações de afecto [*caring relationships*] para com os outros seres vivos. Estes padrões podem ser chamados proto-normas éticas da comunicação ou valores humanos universais. As teorias do desenvolvimento moral baseadas numa antropologia filosófica sintetizam, assim, como os humanos se vão tornando moralmente aquilo que eram ontologicamente. Ou, para dizer mais sucintamente, como os humanos aprendem a conformar-se com o seu ser (Elliott, 1997: 81).

Em resumo, as várias abordagens aqui apresentadas parecem demonstrar a possibilidade de “uma ética da comunicação baseada em valores humanos universais” (Traber, 1997: 328), valores a partir dos quais podem ser geradas normas morais, ou “princípios práticos que guiem a interacção humana quotidiana” (*ibidem*).

A asserção básica é, desde logo, que **ser humano é ser moral** e, simetricamente, **ser moral é ser humano**. Além disso, ser humano é “ser com” e é necessariamente ser-em-comunicação, o que acarreta princípios de solidariedade, de justiça, de reciprocidade e de complementaridade. Como recorda Traber (*ibid.*: 330), “as comunicações enquanto acções humanas estão baseadas na própria natureza dos seres humanos, no ‘*humanum*’”, além de que a comunicação “é sempre mais do que a apresentação de informação”, pois “nas histórias que contamos uns aos outros acerca do mundo em que vivemos, nós participamos nas vidas dos outros”. Assim, a comunicação dos *mass media* deve ser entendida, antes de mais, como comunicação entre seres humanos – com um inegável e crescente impacto social –, de onde decorrem imperativos morais mais fundos e mais sensíveis do que os que decorreriam do tratamento da comunicação mediática como uma simples indústria, associada a procedimentos técnicos e comerciais supostamente ‘neutros’ no plano moral. É necessário, pois, distinguir entre os “procedimentos de trabalho” institucionais dos *media* dos seus “sistemas de poder num contexto societal”, como também recomenda Traber, explicando:

Os primeiros pertencem ao domínio das técnicas, os segundos à esfera da moralidade; mas ambos estão interligados. A ética social sujeita os sistemas de *mass media* a um necessário juízo moral na medida em que eles se dirigem a públicos, ou seja, são actos de comunicação. São os aspectos relacionais mais do que os aspectos técnicos das empresas de *media* que interessam à ética. Adicionalmente, a ética social escrutina os *mass media* acerca do tipo de sociedade que eles projectam, frequentemente de modo implícito (Traber, 1997: 333).

A importância desta “**ética social**” no domínio da comunicação alarga o enfoque de uma questão frequentemente remetida apenas, ou em grande parte, ao plano da ética individual. Sem menosprezar a importância desta, o facto é que ela parece não bastar para confrontar eticamente também as práticas institucionais dos *media* e a sua incidência no contexto social em que se inscrevem – e que ajudam, aliás, a moldar.

Da conjugação da atenção ao ser humano como pessoa individual – com o que isso significa de liberdade, de racionalidade, de igualdade em dignidade, “tudo características eticamente definitivas dos seres humanos” (*ibid.*: 337) – e da atenção ao ser humano como ser social – com o que isso implica de solidariedade, de justiça, de participação, de afecto, de vida em comum –, parece possível chegar à identificação de umas quantas proto-

normas éticas universais, com incidência geral e, por maioria de razão, com incidência no domínio da comunicação. Seriam elas, basicamente, **(1) o respeito pela vida e pela dignidade humana, (2) a rejeição da violência, (3) a orientação para a verdade, (4) o compromisso com a justiça e (5) a defesa da liberdade em solidariedade**³¹. Trata-se de valores primaciais cuja universalidade transcende culturas, espaços, tempos e contextos, pois eles consideram-se ontologicamente enraizados na própria natureza dos seres humanos – de todos os seres humanos, pelo simples facto de o serem. Como diz Traber (*ibid.*: 341), “é em virtude do que significa ser humano que estes valores são universais”.

6.3. - *A responsabilidade social dos media revisitada*

A busca e identificação de proto-normas morais universais serve também a autores especialmente preocupados com a incidência social da comunicação mediática, como são os casos de Christians e Nordenstreng (2004), para revisitarem a doutrina da responsabilidade social dos *media* e, por esta via, tentarem reforçá-la com uma “base ética” mais “articulada em termos globais” (*ibid.*: 13) e, assim, mais consentânea com as novas exigências de uma sociedade substancialmente diferente da que existia à época dos trabalhos da Comissão Hutchins, em 1947.

Tal não significa que estes autores considerem a dita teoria ultrapassada ou desactualizada. Pelo contrário, entendem que, tal como a Comissão Hutchins defendeu, a missão maior da comunicação de massas continua a ser “elevar os conflitos sociais de níveis de violência e de vulgaridade para o plano da discussão” e, também, garantir que a imprensa se mantenha “livre das pressões do governo e do negócio, servindo acima de tudo a sociedade” – ou seja, “uma informação socialmente responsável é definida pelos seus deveres para com a comunidade” (*ibid.*: 4). Eles vão até mais longe e, mediante um conjunto de pesquisas em diversos países (europeus e não só), apontam exemplos que mostram como idênticas preocupações se foram sentindo muito para além dos EUA, razão por que sublinham que o relatório da Comissão Hutchins “não é um marco americano que

³¹ Num esforço de análise convergente com a destes autores, também Cooper (1989) procurou identificar os elementos básicos de que se constituiria uma “ética *global* da comunicação de massas, e não se afastou substancialmente destes, apontando três que considera os primordiais: (1) “a procura da *verdade*” (que inclui uma preocupação com a “objectividade” e com o “rigor” [*accuracy*]), (2) “o desejo de *responsabilidade*” (que associa ao profissionalismo, à justiça, à equidade, à lealdade e à obrigação de ‘prestação de contas’), e (3) “o apelo à *livre expressão*” (ligada ao fluxo livre de informação, às questões de regulação, à questão da censura e à liberdade de expressão e de fala) (*ibid.*: 20-21, realces do autor).

o mundo deve emular”, mas “uma variante americana da necessidade sentida pelas sociedades democráticas de desenvolver uma filosofia adequada e um conjunto de políticas para a imprensa” (*ibidem*). Entre esses exemplos pode indicar-se a persistente adesão de muitos países europeus a um serviço público de radiodifusão, menos tributário do negócio e do lucro do que as empresas de feição comercial, e com tradução até em directivas institucionais da União Europeia. É algo que, apesar de certas diferenças, pode ler-se à mesma luz do espírito original do relatório Hutchins (designadamente no que tem a ver com a defesa do pluralismo no sistema dos *media* e com a prevalência de critérios de serviço à comunidade), a ponto de os referidos autores poderem afirmar que “na Europa, a teoria da responsabilidade social persiste nas estruturas profundas da economia política e da política dos *media*” (*ibid.*: 10). Outros exemplos desta preocupação alargada podem ser encontrados nos trabalhos realizados no final da década de 1970, sob os auspícios da Unesco, no sentido de apontar para “*Uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação*” – trabalhos que conduziram ao célebre Relatório MacBride, finalizado em 1980 –, na expressão crescente de formas associadas à corrente genérica do “jornalismo cívico” ou “jornalismo comunitário” (“*public journalism*”, na formulação originária), e ainda nas múltiplas iniciativas dos jornalistas profissionais para definirem, a uma escala tanto nacional como supra-nacional, alguns princípios éticos susceptíveis de dar conteúdo a “uma imprensa livre e responsável”. Neste domínio, também se pode destacar o esforço mais alargadamente conseguido, no plano internacional, de elaboração de um texto com os grandes princípios orientadores do trabalho jornalístico: a “**Declaração da Unesco**”, de 1988. A partir dela, como de múltiplos textos dedicados às questões da ética profissional em variados países, Christians & Nordenstreng sublinham dois pontos dignos de realce: primeiro, a existência de “um núcleo comum de doutrina profissional” que é “surpreendentemente semelhante em várias partes do mundo”; segundo, o facto de este “núcleo universal comum” ser “praticamente idêntico ao da abordagem [desta questão] feita pela Comissão Hutchins” (*ibid.*: 11).

O problema não estaria, pois, no facto de a doutrina da responsabilidade social continuar actual e viva em diversas latitudes mas, segundo estes autores, no facto de os instrumentos advogados à época (explícita ou implicitamente) para a sua efectivação prática poderem não estar a proporcionar os efeitos desejados ou poderem, até, ter conduzido a um afastamento maior entre o grupo profissional dos jornalistas e a sociedade.

O ponto sensível remete-nos, ainda e sempre, para a questão mais recorrente de todas, a do binómio **liberdade versus responsabilidade** – entendida esta como

imputabilidade, como *accountability* – , no pressuposto, elaborado pela doutrina da responsabilidade social, de que a liberdade de expressão não é propriamente um direito natural inalienável, mas um direito moral que se ganha e que se merece, em função da obrigatoria contrapartida do seu uso responsável (ver capítulo anterior). Não sendo a liberdade de expressão uma liberdade “incondicional”, mas uma liberdade necessariamente *accountable*, coloca-se a questão de como, e a quem, ‘prestar contas’ desse seu uso – designadamente quando ela se faz coincidir com a liberdade de imprensa.

A [doutrina da] responsabilidade social está baseada numa liberdade *accountable*, tendo por seu centro integrado a liberdade humana com responsabilidade. (...) Mas aqui reside o desafio da responsabilidade social. Se a liberdade de imprensa é um direito moral, quem é que garante a sua rectidão moral? Em ordem a servir bem a sociedade, há que resistir às pressões do negócio e que recusar a interferência do poder político. Para onde podemos virar-nos, então, de modo a garantir que a sociedade é servida de modo responsável? Quem guarda os guardiães? Se as restrições externas são vistas como violando a própria essência da imprensa, por que hão-de os jornalistas escapar a qualquer controlo? (Christians & Nordenstreng, 2004: 14).

De acordo com estes autores, o desafio feito pelo Relatório Hutchins, em 1947, incidiu essencialmente na necessidade de a própria imprensa se auto-regular, assumindo em exclusivo um poder que corporizava a recusa efectiva de interferência dos outros poderes externos, o político e o económico. O desenvolvimento e insistência, entre os jornalistas, de uma filosofia associada ao profissionalismo, bem como a materialização das suas preocupações éticas em códigos deontológicos (que a partir dessa data se multiplicaram), são os dois vectores que Christians e Nordenstreng destacam nesta orientação auto-reguladora pós-Hutchins, mas que, não obstante as suas repercussões positivas à época, consideram não darem hoje porventura as respostas mais necessárias e mais completas aos desafios em presença.

Quanto ao **profissionalismo**, os autores recordam a evolução do debate teórico que o envolveu nas últimas décadas (ver Capítulo I), começando na tradicional perspectiva funcionalista – que encarava positivamente as profissões como factores de coesão social e moral – e terminando nas chamadas perspectivas “críticas” – que, inversamente, tendem a relevar nas organizações profissionais a componente ideológica, traduzida no seu fechamento em monopólios fechados do mercado de trabalho, na sua busca de privilégios e no seu exercício de um poder não controlado senão pelos pares. Considerando que os jornalistas se escudaram muito bem no modelo funcionalista, mas que este foi sendo progressivamente questionado nos seus pressupostos por uma sociedade mais democratizada e exigente, os autores entendem que se evoluiu, no que a tal questão respeita, de um “paradigma centrado nos *media*” para um “paradigma centrado nos

cidadãos” (*ibid.*: 16) e, conseqüentemente, para uma aproximação às perspectivas mais “críticas” sobre o profissionalismo:

Começou a duvidar-se da base de valor do profissionalismo e a olhar-se para ele cada vez mais como uma cortina de fumo ideológica destinada a proteger os interesses dos proprietários [dos *media*] em vez dos direitos dos trabalhadores. Esta é uma mudança de paradigma que se afasta de uma concepção dos *media* e dos jornalistas como os proprietários dos direitos e liberdades da informação, em favor de um paradigma no qual os cidadãos e a sua sociedade civil são vistos como os proprietários últimos da liberdade de informação. (*ibid.*: 16).

E daqui decorreria que a própria abordagem das questões éticas da comunicação social já não deveria ser preferencialmente feita em termos individuais, ou exclusivamente *media*-centrados, mas integrada no contexto mais vasto da “responsabilidade de todos os membros de uma dada sociedade pela qualidade da informação disponível para os seus processos de decisão colectiva” (White, *apud* Christians & Nordenstreng, *ibidem*). Quer isto dizer que a necessidade de superação dos riscos negativos do profissionalismo aconselharia um centramento preferencial numa “**ética de cidadãos**” mais do que apenas numa “**ética de profissionais**”.

Quanto aos **códigos deontológicos**, muito ligados à lógica do profissionalismo, estes autores entendem igualmente que eles podem não bastar hoje para oferecer um alicerce adequado e suficientemente alargado para a doutrina da responsabilidade social à escala mundial, até porque estão, nalguns casos, “limitados por preocupações profissionais e pelos contextos locais, regionais ou nacionais em que são formulados” (*ibid.*: 14). Os códigos devem ser encarados como “mecanismos de auto-regulação”, mas não como os únicos instrumentos que a garantam, e sim como “parte e parcela de um sistema mais vasto de regulação dos *media*, que abarca desde imperativos legais até convenções culturais” (*ibid.*: 18). Neste sentido, os autores sublinham que eles “não devem ser vistos apenas como uma desculpa para impedir legislação sobre os *media*”, como por vezes poderá parecer, mas antes como “um autêntico meio de regular os *media*” (*ibidem*). E a análise de diversos exemplares europeus mostraria que, de facto, eles vêm registando uma razoável evolução, desde uma primeira fase (até aos anos 1980, *grosso modo*) em que o seu acento tónico era sobretudo colocado nas questões da verdade, da liberdade de informação e da protecção dos indivíduos, para uma segunda fase (a partir dos anos 1990) em que os aspectos mais insistentemente referidos começaram a ser a responsabilidade dos jornalistas, a sua *accountability* face ao público e face às fontes, e ainda a protecção da sua integridade.

Esta ênfase muito forte no público é considerada significativa das novas preocupações de que o grupo profissional, decerto também sensível aos novos reptos que lhe são colocados pela sociedade, vai dando mostras:

Isto significa que os códigos são desenhados não só com o propósito egoísta de salvaguardar a fortaleza dos jornalistas, mas também com o propósito idealista de servir o interesse público. Em consonância com isto, a ética contemporânea dos jornalistas europeus, tal como reflectida nos seus códigos, é dedicada não só aos direitos dos jornalistas mas também aos direitos das pessoas, e está comprometida não só com valores profissionais mas também com valores políticos. Isto sugere uma aproximação equilibrada ao profissionalismo (...). Os códigos servem como veículos de sensibilização ou, nas palavras de Paulo Freire, de conscientização (*ibid.*: 19).

Mais uma vez se entende que um conceito apropriado de ética profissional acaba por dever incorporar, em articulação permanente e dialéctica, tanto os elementos (temperados e equilibrados) de um profissionalismo por natureza mais “*media*-centrado” como os elementos de uma ética mais “cidadão-centrada”. E a progressiva atenção a este segundo termo do binómio, crescentemente reclamada por uma sociedade mais atenta e exigente face ao poder pouco escrutinado dos *media* na vida contemporânea, permitiria até, segundo Nordenstreng (*ibidem*), inscrever o movimento numa mais vasta “mudança de paradigma”, segundo a qual “o cidadão se move da audiência para a arena” – de elemento passivo situado nas franjas do espaço público para elemento activo, bem no seu centro. Porque é, afinal, para ele e em nome dele que se desenvolve o trabalho da comunicação mediática.

Sabendo-se, entretanto, que os jornalistas revelam por vezes alguma resistência a este novo enfoque da sua actividade (em virtude da persistência de uma concepção de profissionalismo muito preocupada com a defesa da sua “fortaleza”, numa espécie de deriva corporativista que existe aqui e além), haveria que trabalhar, na opinião de Nordenstreng, para “emancipar o profissionalismo das suas tendências anti-democráticas” (*ibid.*: 20). E a melhor maneira de o conseguir, insiste, seria “revendo o nosso conceito de ética, passando de um paradigma centrado na profissão para um paradigma centrado no cidadão” (*ibidem*). O complemento natural deste esforço passaria, então, por inscrever os princípios éticos profissionais numa mais abrangente grelha de proto-normas primordiais e universais, radicadas mais “no nosso carácter humano universal” do que em obrigações de uma profissão específica, trazendo para primeiro plano “a ênfase na sociedade”, própria de uma fundamentação actualizada e renovada da responsabilidade social dos *media*.

Em vez de apelar para abstracções racionais no sentido de fundamentar uma doutrina da responsabilidade social à escala mundial, defendemos uma moralidade enraizada na natureza viva. A justificação [*rationale*] para a acção humana é a reverência pela vida na terra, o respeito pelo contexto orgânico em que a civilização humana está situada. (*ibid.*: 20).

Coincidentemente com o que vimos no ponto anterior, e com base nos mesmos raciocínios, as grandes proto-normas universais apontadas como fundamentação para uma ética ligada à responsabilidade social dos *media* são, acima de tudo, **o respeito sagrado pela vida**, com o que tal acarreta de indeclinável respeito pela **dignidade humana** – e aceitar o estatuto sagrado de “todos os seres humanos sem exceção” é “o compromisso partilhado a partir do qual fazemos gerar as noções de uma sociedade justa” (*ibid.*: 22) –, o universalmente (e supra-culturalmente) constatado princípio de apego à **verdade** como condição de existência da própria sociedade – e que é algo de axiológico, algo de “mais rico do que as noções minimalistas de representações [mediáticas] fidedignas ou de modos de saber objectivistas” (*ibidem*) – e ainda a defesa intransigente da **não-violência**, do “não fazer mal a inocentes” – uma “obrigação cósmica e independente dos nossos papéis sociais ou da nossa origem étnica” (*ibidem*).

Com estas normas-mestras, dizem Christians & Nordenstreng (*ibid.*: 25), “dispomos de uma grelha de referência para criticar as práticas dos *media* noticiosos, bem como os códigos deontológicos”, no pressuposto já enunciado de que estes devem ir além de uma defesa auto-centrada da “fortaleza” do grupo profissional e, pelo contrário, dar também um lugar central à sociedade, ao conjunto dos cidadãos, perante os quais se assume um compromisso de *accountability*, uma obrigação de prestar contas pelo uso feito da liberdade de expressão no contexto da liberdade de imprensa. Esta grelha, portanto, “assegura que as questões desenvolvidas na nossa pedagogia e nas nossas teorizações estão inseridas numa moralidade comum” (*ibidem*), como exige a responsabilidade social:

O carácter sagrado da vida como uma proto-norma e os grandes princípios éticos que esta implica fornecem-nos uma fundamentação universal para a Responsabilidade Social à escala mundial. Trata-se de ética dos cidadãos e não de ética profissional. Ajusta-se à exigência de inscrição da ética no domínio social de onde a Responsabilidade Social recebe a sua orientação e a sua justificação. É, além do mais, um modelo teórico inclusivo em termos de género e que garante a diversidade em termos culturais (*ibidem*).

O modo relativamente crítico como estes autores apontam as insuficiências do papel até agora desempenhado pelos códigos deontológicos dos jornalistas (no contexto dos mecanismos auto-reguladores implicitamente defendidos pela Comissão Hutchins), bem como as derivas corporativas de um profissionalismo frequentemente encerrado sobre si próprio, deve ser lido, apesar de tudo, à luz da envolvente histórica, política e social de meados do século XX. Nessa altura, como procurámos mostrar em capítulos anteriores, a prioridade para o grupo profissional dos jornalistas estava ainda muito centrada nas questões da liberdade de imprensa, dada a longa herança (marcante desde a própria origem

do jornalismo) de tentativas do seu domínio ou controlo por parte do poder político. E se isso era mais visível na Europa do que nos EUA, também neste país a experiência forte das duas guerras mundiais – e recordemos que o Relatório Hutchins é de 1947 – revelou à sociedade como a comunicação mediática era um instrumento muito apetecível para os governos, sobretudo em situações de conflito tão propícias a aproveitamentos propagandísticos da informação, a manipulações das mais variadas, até a manobras de desinformação e contra-informação. As questões da liberdade e da independência dos *media* estavam, pois, bem inscritas na ordem do dia à época, a elas se acrescentando a questão sempre difícil da tão reclamada autonomia dos jornalistas, enquanto profissionais da informação mais do que trabalhadores assalariados de indústrias informativas. É, com efeito, também nesta altura que começam a sentir-se mais – e com os desenvolvimentos subsequentes que conhecemos – os perigos de uma pressão já mais económica do que política, tendendo a subordinar progressivamente os nobres princípios da comunicação social a lógicas mais chãs de negócio e de lucro. Isto ajuda, portanto, a compreender como, nessa primeira fase, as prioridades dos jornalistas se centraram bastante na necessidade de construir e afirmarem um grupo profissional reconhecido e socialmente valorizado (de onde o investimento nos chamados ‘traços’ do profissionalismo, e decerto também na sua componente ideológica, como modo de autonomização face ao poder político), bem como na necessidade de afirmarem publicamente alguns compromissos éticos que ajudassem a legitimar a sua actividade como um inestimável serviço público (de onde a elaboração de códigos deontológicos, orientados tanto para um “espírito de corpo” interno como para uma “defesa” face a tentativas externas de apropriação do seu trabalho por uma intenção basicamente comercial). Outra questão, naturalmente, é saber até que ponto estes bons princípios foram além de exercícios retóricos ou de votos pios que, em termos práticos, muitas vezes não conseguiram encontrar os instrumentos ou mecanismos da sua efectiva implementação – com isso fazendo vir ao de cima os aspectos mais negativos de um profissionalismo mal entendido e afastando cada vez mais o grupo da sociedade em nome da qual e para o bem da qual dizia trabalhar.

Na segunda metade do século XX, estas prioridades foram-se alterando (sobretudo no contexto europeu e ocidental), e as preocupações com a liberdade e a independência face aos governos foram naturalmente perdendo algum sentido, mas em contrapartida reforçaram-se enormemente os motivos de preocupação com a envolvente económica directa e indirecta dos *media*, dada a crescente “mercadorização” da informação, cada vez mais associada a grandes grupos empresariais multinacionais, ou até globais, que ao

“negócio” da informação somam os negócios do entretenimento e também das telecomunicações – ou seja, o domínio de uma multiplicidade relativamente indiferenciada de “conteúdos” e o domínio dos múltiplos “canais” pelos quais eles hoje podem ser distribuídos. Este contexto cria problemas novos, até porque entretanto ele suscitou também visões crescentemente críticas por parte da “sociedade civil” relativamente aos *media* e à sua muito propalada (embora pouco concretizada) *accountability*. Mas, como Christians e Nordenstreng confirmaram, os próprios códigos deontológicos dos jornalistas desta nova geração começaram progressivamente a incorporar estas novas preocupações de aproximação aos cidadãos – e os movimentos múltiplos a que temos assistido de busca de proto-normas universais que fundamentem uma exigência ética básica, bem como de identificação prioritária dos grandes valores partilhados que devem subjazer às normas morais, ajudam a concretizar este desejável esforço de aproximação do grupo profissional aos cidadãos. Contribuem também para uma maior abertura da sua “inexpugnável fortaleza” a modalidades de escrutínio e de co-regulação que, somadas a mecanismos igualmente requeridos de auto-regulação, parecem apontar no sentido de um trabalho mais responsável – e socialmente mais responsabilizável – dos profissionais da informação.

7. Exigências e procedimentos do juízo ético

Um ponto particularmente merecedor de destaque nas abordagens que aqui referimos – abordagens voltadas para a identificação de grandes princípios universais inscritos no *humanum* como alicerce de uma conduta eticamente exigente – é, mais uma vez, a afirmação da prevalência dos valores sobre as normas ou, como dizíamos no início deste capítulo, da ética sobre a moral e sobre a deontologia.

Subir “para montante” em busca das linhas-mestras orientadoras da moralidade é o desafio que se considera essencial para escapar aos perigos de um facilitismo que passa pelo cumprimento mecânico e acrítico de regras, o qual acaba por nos desobrigar aparentemente de um efectivo questionamento ético face às situações – sempre concretas, únicas, singulares – que se nos deparam e que nos pedem decisões moralmente rectas. É sempre uma opção mais difícil, para qualquer grupo profissional ou para qualquer pessoa na relação comunicativa com outras, encontrar o seu próprio caminho com base em valores éticos incontornáveis e sinceramente assumidos, do que recorrer a uma espécie de catálogo

de normas pré-definidas cuja aplicação literal dispensa grandes interpretações ou dilemas interiores. Não obstante, e até porque nenhum código de normas ou regras conseguirá alguma vez prever todas as situações concretas em todos os contextos espaço-temporais concretos, este caminho mais fácil dificilmente responde de modo satisfatório aos verdadeiros desafios éticos que se colocam, acabando por diluir o imperativo de moralidade numa visão mecanicista ou até “juridista” das exigências éticas – que, no essencial, apenas ajuda o agente a “lavar as mãos” da suas responsabilidades.

Daí o carácter muito estimulante da proposta, especificamente aplicada à ética e deontologia dos jornalistas, feita por Bernier (1994: 92) e traduzida na sua expressão segunda a qual o mais importante é “**dominar a regra dominante**”.

7.1. - Dominar a regra dominante

Sublinhando que “a ética é de algum modo o processo gerador da deontologia”, pois é naquela que radicam os valores que depois serão hierarquizados e traduzidos em normas de conduta profissional e em códigos, propõe o autor:

[O] trabalho ético realizado a montante da deontologia deve fazer-se também a jusante, quando a regra deontológica é incapaz de ajudar o jornalista a ultrapassar as dificuldades de situações particulares; é aquilo a que eu chamo *dominar a regra dominante*. A regra dominante é a regra deontológica explícita, aquela que se integrou no código de deontologia porque parece aplicar-se na maior parte das situações e respeita sobretudo aos princípios profissionais de base. É quando surgem situações particulares, singulares e únicas, ou até extremas, que a regra dominante pode ser insuficiente e tornar-se até “contraproducente”, se obriga o actor a práticas profissionais contrárias a certos valores julgados mais importantes que outros (*ibidem*, realces do autor).

Esta posição alerta contra o perigo de conceber a deontologia como um “sistema fechado”, quando o essencial é que ela mantenha as suas fronteiras abertas pela ética – sem que isso signifique, naturalmente, um uso arbitrário e pouco criterioso. Questionar (e eventualmente incumprir) a regra dominante é algo que se faz em nome de princípios e valores, em nome de um “bem maior”, racionalmente ponderado e maduramente decidido. E esta reflexão ética sobre as práticas profissionais dos jornalistas – afinal, uma espécie de regresso ao ponto de partida onde verdadeiramente se originou a norma deontológica – é considerada imperativa até para que “a deontologia continue viva, apesar da sua codificação”, e para que “não se transforme num simples reportório de intenções louváveis, mas na prática estéreis” (Giroux, 1991: 129).

Segundo esta perspectiva, a deontologia deve ser olhada não como uma espécie de “caixa negra”, contendo normas e regras “que parecem surgidas de lado nenhum” e cujos

fundamentos, por desconhecidos, se tornam dificilmente objecto de discussão, mas, pelo contrário, uma “caixa branca” que possibilita acesso “aos fundamentos e às razões que subjazem às regras” e, portanto, permitem colocá-las em discussão. Ou seja, “a deontologia não deve tornar-se nem uma doutrina nem uma vulgata” (Bernier, 1994: 93), sendo certo também, como sublinha Gauthier (1992: 11-12),

[é] colocando-se a problemática dos fundamentos que é possível fazer passar a ética, seja a do jornalismo ou de qualquer outra actividade ou prática, de um estado meramente intuitivo a uma certa forma de racionalidade.

Assim, se é importante conhecer e descrever os seus fundamentos para poder interrogar a “regra dominante”, é também importante poder explicitar racionalmente os motivos que levem a questioná-la e até a transgredi-la – porque é disso que se trata no “dominar a regra dominante”, ou seja, de “reconhecer o direito à transgressão das regras de conduta profissional” (Bernier, 1994: 95), algo que, obviamente, não deve relevar de caprichos, de intuições, de meras inclinações pessoais que tudo misturassem num relativismo sem critério e tudo remetessem para o único foro da consciência individual:

A adesão / transgressão [à regra dominante] assemelha-se a uma derrapagem controlada de um automóvel: tal implica, antes de mais, que tenhamos a consciência de estar a derrapar; depois, que saibamos derrapar sem perder o controlo; finalmente, que possamos facilmente retomar a trajectória a qualquer momento. Poderíamos comparar esta forma de desobediência deontológica à desobediência civil, que consiste numa infracção à lei justificada no plano moral (*ibid.*: 95).

Esta flexibilidade, que não se confunde com fraqueza nem com relativismo, radica numa avaliação racional exigente do que pode estar em causa na situação concreta (os valores em presença e eventualmente em conflito, as previsíveis consequências, as regras profissionais aplicáveis, as pessoas envolvidas, etc.) e que, como se imagina, mistura preocupações éticas de ênfase deontológica e de ênfase consequencialista ou teleológica, para as quais não é fácil definir critérios apriorísticos: como escreveu Phillip Meyer (cit. em Bernier, 1994: 98), “nada permite melhor a um jornalista exercer o seu juízo moral do que ser confrontado com um caso de excepção”. Ou, como pela sua parte enfatiza Gauthier (1990: 140), “a ética é o domínio por excelência do dilema e a decisão”.

A esta luz pode ler-se o empenhamento de diversos autores e investigadores em elencar e hierarquizar os valores e princípios (humanísticos, sociais, profissionais e individuais) que devem ser percorridos por essa reflexão ética eventualmente conducente à infracção de uma norma deontológica. Além de critérios particulares mais ligados à situação específica, chama-se a atenção para critérios gerais como “que deve fazer-se em casos semelhantes?”, “haverá uma opção melhor – e qual?”, “posso olhar-me bem ao

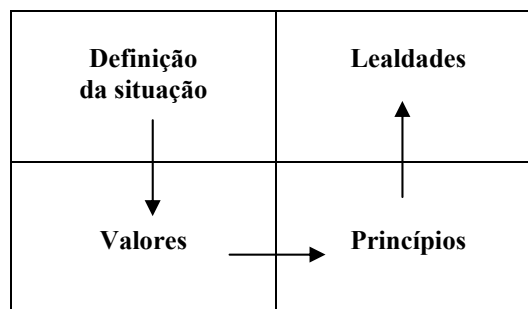
espelho depois desta decisão?”, “a quem aproveitará a situação?”. Um, particularmente relevante, pode ser destacado: o chamado “**teste da publicidade**”, que Bernier (1994: 102) vai buscar a Eugene Goodwin (1986/1995) e que se formula assim: “Poderia justificar bem a minha decisão junto dos outros, junto do público?”. É uma sugestão avisada, sabendo-se que para o jornalista é eventualmente mais fácil justificar a sua transgressão da “regra dominante” perante si próprio e a sua consciência (o que, registe-se, não deixa também de ser importante), ou até perante os pares, mas “o verdadeiro teste (...) está na capacidade do jornalista de justificar as suas acções junto das outras pessoas que podem eventualmente ser afectadas por esses actos ou que funcionam como juízes imparciais” (*ibidem*).

7.2. - *Explicitar o processo de decisão ética*

Uma segunda proposta procedimental para o juízo [*raisonnement*] ético, recorda-nos Gauthier (1990), é a que foi desenvolvida já nos anos 1970 por Richard Johannesen – em especial na sua obra “*Ethics in Human Communication*” (1975) – e que parte do pressuposto de que tal juízo é sempre formulado seguindo determinados padrões, condensados por sua vez naquilo a que chama “perspectivas” (*apud* Gauthier, *ibid.*: 141). O objectivo de Johannesen foi analisar e caracterizar essas diferentes perspectivas que são adoptadas quando se trata de tomar uma decisão do foro ético e que, pela sua própria natureza, hierarquizam de modo diferente as prioridades a conceder aos valores eventualmente em conflito. Ele apontou sete: a perspectiva **religiosa** (que dá primazia a uma determinada crença do agente e de onde ele faz decorrer obrigações morais), a **utilitarista** (que se preocupa com a utilidade e as consequências do acto), a **legal** (que aproxima o ético do jurídico), a **política** (que põe em relevo a ideologia perfilhada), a **ontológica** (que busca apoio nos valores de uma “essência humana”), a **dialógica** (que privilegia a busca dialogada de um consenso entre as diferentes partes em questão) e a **situacional** (onde acima de tudo se atenta no contexto particular da situação a resolver). Independentemente da grande latitude dos conceitos e das alternativas propostas, esta análise do juízo ético feita com carácter pioneiro por Johannesen teve, na opinião de Gauthier (*ibid.*: 142) “o grande mérito de abrir uma brecha teórica importante: ele é um dos primeiros a tentar dar conta, rigorosa e sistematicamente, da lógica do ajuizar [*raisonnement*] ético próprio da comunicação”.

Uma outra proposta de “grelha de interpretação do dilema moral em comunicação” é a chamada “caixa de Potter” [*Potter Box*]³², apontada por Bernier como um esquema cuja vantagem mais saliente reside, igualmente, em “permitir tomar consciência das razões e dos valores que estão em jogo nas nossas decisões” (Bernier, 1994: 106) quando se coloca a questão de infringir a regra dominante, e designadamente distinguir, nesse processo, entre **juízos de facto** e **juízos de valor**.

A “caixa de Potter”



(*apud* Bernier, 1994:107; Gauthier, 1990: 143)

Os primeiros estão presentes na primeira etapa do processo reflexivo, aquela que aconselha uma adequada **definição da situação** – ou seja, a “construção do problema” que depois importa resolver³³. São, entretanto, já juízos de valor os que estão presentes nos restantes estádios propostos sucessivamente: o segundo é o do exame dos **valores** em presença, o terceiro chama à colação os **princípios profissionais** habitualmente aplicáveis e o último interroga o profissional sobre as diversas **lealdades** ou fidelidades que o obrigam (ao patrão, à sociedade, às regras deontológicas, a si próprio, eventualmente a Deus...). Uma das principais vantagens desta grelha a quatro dimensões para a resolução racional e bem ponderada de problemas morais é, diz Bernier (*ibidem*), o facto de

³² A “caixa de Potter” deve o seu nome a Ralph Potter – “*The logic of the moral argument*” (1972) –, que propôs este esquema no contexto dos seus trabalhos sobre ética social. A sua adaptação à esfera da comunicação deve-se a Clifford Christians, Kim Rotzoll e Mark Flacker, que a apresentaram e desenvolveram na obra conjunta “*Media Ethics. Cases and Moral Reasoning*”, publicada originalmente em 1983 (*apud* Gauthier, 1990: 143).

³³ Registe-se o paralelo entre a importância aqui atribuída à correcta definição da situação (e à “construção do problema” ético a resolver) e a proposta, por nós referida no capítulo anterior, de Donald Schön a propósito do “saber profissional” próprio de uma “prática reflexiva”, por contraposição a uma simples “racionalidade técnica”: também aí, Schön salientava que a lógica adequada para um profissional competente e reflexivo, ao abordar uma situação concreta com que lida, era uma lógica de “*problem setting*” (ou seja, a “construção do problema”), mais do que de simples “*problem solving*” (a sua resolução). As perspectivas de ambas as abordagens são coincidentes – trate-se de uma decisão profissional ou de uma decisão ética –, o que não sucede certamente por acaso.

“permitir, no momento da análise e da discussão de uma decisão ou um caso, discernir bem em que momento e em que ‘dimensão’ as opiniões divergem”. Pelo seu lado, Gauthier (1990: 144), que também refere a “caixa de Potter” como um bom instrumento tanto para avaliar *a posteriori* uma determinada decisão como para apreciar as diferentes possibilidades de uma decisão a tomar, aponta-lhe várias outras vantagens: deixa muito claro que a ética “é uma questão de alternativas” e, portanto, de escolhas; permite localizar melhor o lugar ou lugares de desacordo moral; marca bem a distinção entre juízos de facto e juízos de valor; e, enfim, toma em consideração também aspectos de ordem sociológica (pois as interrogações da última dimensão, relativas às lealdades ou fidelidades do actor, “podem de algum modo estar relacionadas com uma pertença social”).

Sem prejuízo do carácter necessariamente vago da “caixa de Potter” – ela não é, nem pretende ser, uma “receita” que desobriga o actor das suas responsabilidades na decisão e, por outro lado, podem discutir-se-lhe algumas imprecisões ou ambiguidades, por exemplo no que tem a ver com a especificidade de conceitos como “valores” e “princípios” –, este esforço metódico de reflexão e juízo, apesar de tudo, dá algum corpo à sugerida flexibilidade de apreciação, embora dificulte que ela se escude em razões mais ou menos arbitrárias, precipitadas ou meramente intuitivas³⁴. E isso traz inegáveis vantagens para o próprio e para a capacidade de se “explicar” perante si mesmo, além de que torna igualmente mais fácil a explicação, junto de outrem, dos motivos (e da seriedade ética) da excepcional infracção deontológica que se entendeu dever cometer.

7.3. - Formar-se também para a competência ética

As análises no sentido de encontrar e explicitar fundamentações mais sólidas, em termos teóricos e filosóficos, para as questões éticas na comunicação – e de que aqui deixámos alguns exemplos – permitem, entretanto, situar estes problemas num nível diferente do das simples inclinações pessoais ou processos quase só intuitivos onde frequentemente são situados (desde logo pelos próprios jornalistas). Uma abordagem mais

³⁴ Em tempo: o facto de se insistir na importância de um procedimento racional, e racionalmente fundamentado, quando se trata de tomar decisões éticas, não significa desprezo por aspectos ligados à intuição e a um certo senso comum que, com frequência, nos “diz” o que parece ser o caminho mais correcto a tomar. Como escreve Gauthier, invocando, a propósito, a “teoria da justiça” de Rawls, que é uma teoria assumidamente racionalista: “*Para ele [Rawls], o valor de uma elaboração teórica mede-se, parcialmente, pela sua capacidade de se pôr em acordo com os nossos julgamentos e as nossas convicções, e de fazer luz sobre a nossa intuição e o nosso senso comum nos casos em que a situação o requer*” (Gauthier, 1992: 20).

exigente, onde o esforço da razão tem um papel determinante, parece recomendar-se, quer para não deixar que tudo se resuma à subjectividade dos agentes e que tudo se misture num relativismo sem fios condutores, quer para que a importância destas matérias, na avaliação dos processos comunicativos, possa ser entendida e partilhada também por quem lhes sofre as consequências – ou seja, os públicos.

O estudo da ética da comunicação com base em pressupostos da filosofia analítica, por exemplo – como o praticado por Gauthier, e de que o processo racional de “juízo ético”, aqui referido, é boa ilustração – tem a vantagem suplementar de ir possibilitando “um verdadeiro reconhecimento disciplinar da ética da comunicação pública”, pois ajuda a “delimitar com nitidez o campo de saber ético sobre a comunicação” (Gauthier, 1990: 145). Três aspectos são, a este propósito, realçados pelo investigador canadiano:

- 1) a abordagem analítica permite sustentar que “a preocupação ética é intrínseca ao processo comunicacional”, pois, de acordo com a sua “tese da inerência”, todo o acto comunicativo, pelo simples facto de envolver sempre pessoas movidas por um objectivo mais ou menos persuasivo – e de, no caso da comunicação jornalística, comportar sempre uma dada avaliação da realidade sobre que se vai depois reportar – “implica necessariamente uma dimensão moral”;
- 2) a abordagem analítica faz da ética da comunicação um objecto claramente definido, “um domínio de investigação cuja consistência e especificidade podem ser estabelecidas”;
- 3) a abordagem analítica “confere à ética da comunicação uma pretensão racional e cognitiva”, ajudando a mostrar como “a conduta comunicacional é (ou pode ser) questão não (somente) de intuição e de emoção, mas (também) de conhecimento” (*ibid.*: 145-146).

Com estas bases, torna-se igualmente mais fácil equacionar o domínio da ética (a começar numa abordagem meta-ética, ou seja, uma reflexão sobre os próprios fundamentos do discurso moral, e passando depois por uma ética descritiva, por uma ética normativa e por uma ética aplicada) enquanto domínio disciplinar de estudo e aprendizagem nos contextos de formação escolar, com vista ao exercício profissional. A ética da comunicação é, também, algo que se ensina e algo que se aprende, com as exigências de racionalidade, de rigor, de aprofundamento, de argumentação, de outros saberes já mais codificados. Deve, aliás, sublinhar-se, ainda e sempre, que “a competência profissional do jornalista integra a competência ética” (Alves, 1996: 9), resultando óbvio

que esta última, embora às vezes quase pareça que “vai por si”, só poderá beneficiar com uma formação que se lhe dedique especificamente. Como enfatiza Alves (*ibidem*), “os comunicadores, a profissão e os *media*, no seu conjunto, só terão a ganhar com a promoção explícita da formação para a competência ética”. E esta, tal como vimos, há-de comportar (até por razões de valorização cognitiva e disciplinar) uma vertente teórica com padrões de exigência cognitiva, mas também “todo o tipo de acção e exercício em que estão de algum modo envolvidas as componentes do carácter ou da personalidade – que no comunicador social não podem deixar de ser em elevado grau” (*ibid.*: 10). Com efeito,

não se pode esperar do jornalista a actuação pronta, ajustada e livre, se ele não tiver sido treinado, ou não tiver adquirido hábitos ao nível do pensamento, do sentimento e do agir que lhe permitam aquela actuação (Alves, 1996: 10).

Vemos, assim, como nestas propostas ecoa com nitidez o pensamento de Aristóteles e da sua “ética das virtudes” – para cuja formação integral concorrem dimensões de razão, de conhecimento, de carácter, de sentimento, de emoção, de motivação –, um contributo importante para ilustrar o tão complexo como imprescindível “juízo prudencial” nos processos comunicativos, um caminho para ajudar a lidar com “o difícil e por vezes dramático acto de discernimento (a virtude noética) e de decisão (a virtude ética) que ao jornalista cabe realizar” (Alves, 1996: 6). E, para além dos planos pessoal e profissional do jornalista, importa não perder de vista como isto é essencial para a adequada prossecução da sua função social, uma vez que “a qualidade dos *media* depende da ética dos jornalistas” (*ibid.*: 2). Esta não será condição suficiente para a obtenção dessa qualidade mas é, com certeza, uma condição absolutamente necessária.

8. Da ética à deontologia profissional

O facto de insistirmos na precedência (e prevalência) da ética sobre a deontologia – fazendo daquela uma referência desta, tanto a montante como a jusante, tanto na elucidação dos seus fundamentos primeiros como no questionamento das suas eventuais insuficiências ou imperfeições no momento das decisões práticas – não deve ser lido como uma desvalorização, e muito menos uma anulação, da deontologia, entendida como codificação de um conjunto de normas concretas de moral profissional.

Se se defende, com Bernier (1994), que uma exigente e genuína conduta ética pode implicar que se “domine a regra dominante”, nem por isso se deve concluir que as “regras

dominantes” – ou as regras *tout court* – são supérfluas. Por um lado, elas constituem um importante guia auxiliar da acção profissional, tipificando situações às quais podem aplicar-se os princípios genéricos da filosofia moral e concretizando, mesmo de modo não exaustivo, deveres e obrigações orientados para a prossecução de um bom resultado. Por outro lado, a própria elaboração e sistematização de um conjunto de normas de actuação emanadas de uma postura de princípio eticamente preocupada constitui, em si, um inestimável processo de reflexão sobre a actividade profissional (no caso, dos jornalistas), sobre os seus objectivos mais nobres e a sua incontornável função social, sobre os seus constrangimentos e desafios, sobre as condições consideradas essenciais a um desempenho moralmente adequado em face de situações concretas, e um desempenho cujas opções vão além das inclinações do momento ou da simples sensibilidade pessoal. Por outro lado ainda, este esforço de codificação de normas deontológicas, que não ficam confinadas ao microcosmos reservado do grupo profissional, permite que os públicos implicados no processo comunicativo – e a sociedade no seu todo, afinal – conheçam melhor as regras que os próprios profissionais se impuseram e se comprometeram a observar, com o que isso significa de acrescida transparência e de possibilidade de escrutínio, de fiscalização, de crítica, de *accountability*. É sobretudo para este aspecto que aponta Giroux (1991: 117) quando afirma que a deontologia, “enquanto modo de expressão de uma ética particular”, representa de facto “uma condição de **transparência** e de **imputabilidade** no campo das relações profissionais” (realces nossos).

Nunca é demais insistir na relação obrigatória e necessária entre ética e deontologia, uma vez que, sem referência àquela, esta apareceria como “uma série de obrigações e de interdições que se sobreporiam, a partir do exterior, a actividades que exigem uma margem de autonomia para que possam ser qualificadas como profissionais” (Giroux, 1991: 119). Em contrapartida, sem a sua concretização em termos normativos, a ética – espaço do “propor”, mais que do “impor” – ficaria igualmente reduzida a um muito genérico apontar de grandes valores cuja articulação com a prática profissional nem sempre se vislumbraria com clareza (quer dentro, quer fora do grupo profissional). A deontologia recolhe, assim, os deveres que os profissionais se impõem a si próprios no exercício do seu *métier*:

[É] da consciência individual que nasce a ética, e é da consciência profissional que emerge uma ética da profissão, uma e outra materializando-se numa moral, que, no campo das profissões, é assimilável à deontologia (Giroux, 1991: 121).

É, aliás, neste contexto que pode ler-se a sugestão de Christians (1989), feita num contexto mais lato da ética da comunicação, de que “toda a teoria ética, seja em que contexto nacional for, revivifique a dimensão normativa” (Christians, 1989: 10), sob pena de ficar agarrada a concepções “paroquiais” e relativizadas em função das envolventes culturais particulares, com isso “apenas beneficiando o *establishment*” e perdendo todo o propósito “emancipatório” (*ibid.*: 12). Pugnando por que se faça da norma “o epicentro da teoria ética”, ele entende que se deve trabalhar no sentido de emancipar essa teoria “dos seus constrangimentos paroquiais”, quer “recuperando a noção de normatividade” (que sabemos ter-se erodido no contexto da pós-modernidade), quer simultaneamente “desenvolvendo uma ética de solidariedade universal alicerçada em normas” (*ibid.*: 19). Como antes vimos, este seu esforço procura desembocar na identificação e assunção de normas de um tipo particular: as tais proto-normas primordiais e universais, susceptíveis de alicerçar uma exigência ética aceitável à escala mundial.

8.1. – As dúvidas dos “mitos fundadores” do jornalismo

Apesar do longo e acidentado caminho percorrido pelos jornalistas no seu processo de afirmação profissional (e de que demos conta nos primeiros capítulos deste trabalho), apesar também do consenso alargado que se foi estabelecendo quanto à importância de um compromisso ético e deontológico enquanto elemento de reconhecimento e legitimação dos profissionais, não é menos verdade que subsistem ainda algumas diferenças de opinião dentro do grupo – seja sobre as modalidades concretas de definição, codificação e aplicação de deveres deontológicos, seja até sobre o simples sentido da sua existência. E nestas diferenças voltamos a encontrar a dicotomia de sempre entre os profissionais que enfatizam o pólo da imprescindível **liberdade** no seu trabalho e os que enfatizam o pólo da sua incontornável **responsabilidade**, ou, dito de outro modo, entre os seguidores da doutrina “liberal” ou “libertária” e os que, mesmo em modalidades temperadas conforme as situações e os contextos, seguem as teorias da “responsabilidade social” dos *media* e do jornalismo (de que uma expressão última é a linha “comunitária” ou “comunitarista”, onde acaba por se inscrever, por exemplo, o socialmente comprometido “jornalismo cívico”³⁵).

³⁵ Uma curiosa ilustração destas duas diferentes perspectivas pode encontrar-se no interessante debate (travado nas páginas da obra “*Communication Ethics and Global Change*”, de Thomas Cooper *et al.* (1989)), entre dois dos mais conhecidos defensores de uma e de outra: John Merrill, tradicionalmente um claro adepto das doutrinas “libertárias”,

E, por detrás destas duas opções de fundo, podemos descortinar duas versões bastante diferentes do “mito fundador” do jornalismo (Giroux, 1991: 129): uma que continua a situá-lo na **liberdade de expressão**, outra que insiste numa origem e razão de ser decorrente da sua **função social** – a do preenchimento do **direito à informação** por parte de todos os cidadãos. E destas duas interpretações emergem até, segundo algumas opiniões, dois paradigmas jornalísticos.

Definir o jornalismo apenas como o **exercício prático da liberdade de expressão** implica, segundo Giroux (*ibid.*: 130), que não se conceda aos jornalistas um estatuto distinto “do de qualquer cidadão que reivindique a mesma liberdade”, uma vez que se trata de um direito de todos e a que todos devem, teoricamente, poder ter acesso por igual. Nesta lógica, seria difícil mesmo tratar o jornalismo como uma profissão (com o sentido que habitualmente lhe é conferido), pois isso corresponderia de algum modo a “aprisionar” um direito fundamental e universal no seu exercício privilegiado por parte de apenas um grupo ou ‘corporação’. E se não se “profissionaliza” esse exercício, então muito menos se coloca sequer a questão de desenvolver uma deontologia – ou seja, uma efectiva moral profissional – que o enquadre e oriente. De facto, entender a actividade jornalística apenas como a corporização do direito de todos à liberdade de expressão significa que se acentua tão-só a responsabilidade individual do jornalista enquanto cidadão, a sua integridade, o seu livre pensamento, o seu direito pessoal de comunicar, sem outras exigências ou requisitos. Acentua-se a sua “liberdade negativa” – ou seja, um funcionamento liberto de quaisquer constrangimentos ou imposições externas –, não se colocando a questão de uma “liberdade positiva” – aquela que, para além da recusa de constrangimentos, afirma a necessidade de prosseguir e estimular determinadas funções requeridas pela sociedade para um melhor viver.

e Kaarle Nordenstreng, defensor empenhado das doutrinas associadas à responsabilidade social dos *media*. O objecto da polémica é o chamado “Código da Unesco”, concluído em 1983 (“*International Principles of Professional Ethics in Journalism*”), e no qual Nordenstreng se empenhou muito activamente, considerando que ele afirma claramente “o jornalismo como uma profissão socialmente comprometida” (Nordenstreng, 1989: 281), contendo elementos consensuais que poderiam, diz, ser adoptados por todos os profissionais do mundo. Pelo contrário, Merrill pronuncia-se contra a própria existência de tal código (e mesmo de qualquer documento ético-deontológico desse tipo), sugerindo que muitos dos seus enunciados vão “além dos objectivos do jornalismo e metem o jornalista em áreas de políticas nacionais e de ideologia política” (Merril, 1989: 285). Pelo seu lado, ele continua a insistir na primazia da consciência individual irredutivelmente livre do jornalista, considerando que códigos deontológicos podem pôr em causa o desejável pluralismo de abordagem do jornalismo típico do Ocidente – e é por isso que, em seu entender, os documentos do género existentes nos EUA “são naturalmente relegados a um estatuto de mero ornamento” (*ibid.*: 289).

Os jornalistas que constroem a sua lógica ética em torno deste ponto de ancoragem, o da liberdade de expressão a todo o preço, tomam ao pé da letra a afirmação liberal segundo a qual cada cidadão é um adulto, capaz de julgar e de interpretar por si mesmo. (...) A ética da liberdade de expressão é uma ética da honestidade: o jornalista combate de viseira levantada e é comportando-se desse modo que ele se mostra socialmente responsável (Demers, 1992: 62).

Como se percebe, esta perspectiva identifica também a liberdade de expressão com a liberdade de imprensa, subsumindo uma na outra, quando é certo que não falta quem considere “dolorosamente evidente” (Giroux, 1991: 131) a diferença e a distância entre ambas: pense-se em todos os que, tendo em teoria todo o direito à livre expressão, na prática não conseguem aceder aos *media* (que são livres para permitir tal acesso) nem ver neles tratados os assuntos que mais lhes interessam ou mais lhes dizem respeito.

Por oposição a esta tese, encarar o jornalismo como uma actividade com uma incontornável (e inestimável) função social tem implicações totalmente diferentes. Aqui, a sua razão de ser encontra-se não (ou não só) no exercício da liberdade de expressão, mas antes de mais no **direito do público à informação**. E para dar corpo e substância a esse direito, considerado essencial para a participação dos cidadãos nos destinos da coisa pública, os jornalistas têm então de assumir, de modo profissional, um conjunto de responsabilidades e de exigências, sob pena de incumprirem a missão de serviço que lhes é, de algum modo, cometida pela comunidade e em virtude da qual assumem o lugar relevante (eventualmente até privilegiado) reservado aos grupos profissionais. Aqui, o que precede não é já o direito da imprensa à livre expressão, mas o direito do público a ser informado, e informado de modo livre, completo e rigoroso – o que, por seu turno, acarreta necessariamente o funcionamento em liberdade. Mas acarreta mais do que isso: aponta também para uma conduta de responsabilidade (onde se inclui uma “liberdade positiva”, pró-activa) que, englobando a esfera individual, não se esgota nela, e se confronta igualmente com as necessidades e expectativas decorrentes da função social preenchida pelos *media*.

Ora, se o exercício profissional do jornalismo se alicerça e justifica nesta função, então percebe-se que ele deva incorporar, explicitar e assumir publicamente um conjunto de normas deontológicas (inspiradas por valores éticos) que garantam a boa prossecução do serviço desejado, permitindo que aqueles em nome (e ao serviço) de quem ele se exerce possam acompanhá-lo com transparência e pedir contas tanto dos seus processos como dos seus resultados. E, precisamente porque se entende dever exercer essa função com a máxima liberdade face a constrangimentos externos (políticos, económicos, comerciais ou outros), deve ser responsabilidade primeira do próprio grupo profissional dos jornalistas,

com os naturais limites impostos pela lei, definir e controlar junto dos pares essas obrigações deontológicas, comprometendo-se perante a sociedade a responder por elas.

Convém realçar que a perspectiva anterior de total liberdade individual de expressão do jornalista arrisca-se a ser mais nominal do que real: se ele, em regra, trabalha como assalariado ao serviço de uma empresa, acaba por ter de se submeter em alguma medida aos ditames e orientações desta, sem poder dispor do importante contraponto que lhe advém da adesão a um conjunto de deveres de moral profissional, assumidos solidariamente pelo grupo profissional e ‘validados’ por uma obrigação de lealdade, antes e acima de todas as outras, para com o conjunto dos cidadãos que se pretende servir. Neste sentido, como já vimos, o compromisso ético-deontológico é uma importante condição de reconhecimento e de legitimidade social do grupo profissional. E é, posto assim, naturalmente do interesse dos próprios jornalistas, desejosos de exercer a sua actividade em condições de autonomia que lhes permitam reger-se por critérios ligados à sua função social e não por critérios que lhes sejam laterais ou alheios – como são os de qualquer empresa industrial ou comercial, prioritariamente interessada em maximizar os seus lucros.

Parece, assim, avisada a opinião de Giroux (1991: 134) segundo a qual restringir o paradigma jornalístico à liberdade de expressão – conferindo ao jornalista um estatuto semelhante ao de qualquer cidadão que reivindique a mesma liberdade e, por essa via, confinando a ética à consciência individual, “tornando virtualmente inimputáveis os jornalistas que se refugiem na sua liberdade de expressão e na boa consciência que dela tenham” – corresponde a uma “visão simplista” do jornalismo contemporâneo:

Com efeito, [tal visão] não leva minimamente em consideração as condições objectivas nas quais os jornalistas executam as suas funções. Eles acabam por se encontrar na situação de obedecer, mesmo que por razões diferentes, à mesma ideologia e à mesma ética subscritas pelos proprietários das empresas de *media*. Esta constatação leva-nos a sugerir que acaba por se estabelecer um consenso involuntário reunindo à volta de uma mesma mesa estas duas categorias de agentes da imprensa que são os jornalistas e os gestores da informação. De onde já termos concluído que a ética da imprensa fica reduzida a pouca coisa quando se reduz tudo apenas à liberdade de expressão (*ibid.*: 134).

Sem pretender desobrigar os proprietários e gestores de *media* de quaisquer responsabilidades ou obrigações éticas, e muito menos colocá-los como adversários sistemáticos dos jornalistas e do seu trabalho informativo, o certo é que eles revelam frequentemente (como não é de estranhar) preocupação com diferentes prioridades, ligadas ao desenvolvimento do negócio e às lógicas típicas das dinâmicas empresariais. Atendendo a isto, eles tendem a preferir o paradigma da liberdade de expressão ao paradigma da função social da imprensa – viu-se como foram recebidas com relutância pelas empresas

do sector, já nos idos de 1947, as chamadas de atenção da Comissão Hutchins em favor de uma responsabilidade social dos *media* –, até porque através dele podem também associar a liberdade de imprensa aos privilégios da propriedade (*ibid.*: 135), reservando ambos para si³⁶. Ora uma imprensa livre e responsável, ciente do seu dever social de garantir o direito do público à informação, e nesse sentido orientada basicamente por critérios jornalísticos, de algum modo ameaça essa associação – ou seja, faz da liberdade de imprensa algo mais lato e mais exigente do que o simples uso de um direito de propriedade. E é isto que, ainda na opinião de Giroux (*ibidem*), faz com que a deontologia, no campo do jornalismo, seja “virtualmente subversiva” – e subversiva “para o *statu quo* social no qual se embrenharam tanto os padrões de imprensa como os próprios jornalistas”. Ou alguns deles, pelo menos.

8.2. - *Modos de usar a deontologia*

Esta última ideia, ao chamar a atenção para o uso estratégico que os jornalistas podem fazer da ética e da deontologia na gestão das suas relações de força com os diferentes actores do vasto campo onde circula a informação mediática, põe em destaque a diversidade de modos como o grupo profissional tem abordado esta questão. E isso foi algo que se verificou historicamente, como é algo que ainda hoje se percebe de maneira muito clara, quando se observam as sensibilidades individuais e grupais com que uma comunidade profissional tão heterogénea como é a jornalística se posiciona, em termos teóricos e práticos, face à deontologia. Inspirando-nos nas propostas de Sanders (2003), poderíamos identificar neste domínio cinco grandes abordagens-tipo com o seu quê de parcelar (quando não perverso): a **cínica**, a **dogmática profissional**, a “**juridista**”, a **deontologista** e a **estratégica**. Atentemos em cada uma delas:

- 1) Uma perspectiva **cínica** das questões éticas e deontológicas no jornalismo parte do pressuposto, razoavelmente difundido em certos meios, de que se está basicamente perante uma contradição nos termos: a simples expressão “ética dos *media*”

³⁶ Bernier (1994: 58) alerta para o perigo de se transformar a “liberdade de imprensa” em “liberdade da empresa de imprensa”, algo que em sua opinião tem vindo a suceder e que parece indiciar uma apropriação ilegítima de um *valor social* por um *valor* meramente *económico*. A liberdade de imprensa não deve ligar-se ao livre mercado das empresas, mas ao livre mercado das ideias – ou seja, ela decorre da liberdade de expressão que, para ser efectiva, implica variedade e liberdade de meios de comunicação. E se, numa democracia em que existe a liberdade de expressão, todos os cidadãos têm “tecnicamente” o direito de “falar *em* público”, só os meios de comunicação estão em condições de lhes permitir efectivamente “falar *ao* público” (Glasser, *apud* Bernier, *ibid.*: 41, realces do autor), o que faz a ligação com a igualmente imprescindível liberdade de imprensa – e com a sua função social.

constituiria, em si, “um oxímoro” (Kieran, 1997: 1), numa visão de algum modo partilhada tanto pela comunidade dos profissionais – que acolheriam as exigências éticas com mal disfarçadas “manifestações de desdém” – como pelo próprio público – que estaria já mais que habituado a ver os jornalistas preocupados, no fim de contas, apenas com “aquilo que vende” (*ibidem*). Dado o enquadramento económico dos projectos mediáticos e a sua suposta subordinação a uma lógica de mercado, tudo se resumiria à boa prossecução de um negócio, gerido e desenvolvido de acordo com a lei mas não mais que isso, sendo a boa *performance* profissional medida essencialmente em termos de sucesso de vendas, sucesso de audiências e sucesso face à(s) concorrência(s), ou seja, ajuizada em última (e única) instância pelo público entendido como *consumidor*. Neste contexto, as preocupações éticas podem ser encaradas ora como uma espécie de incómodo (que impede a exploração de matérias informativas em moldes mais espectaculares ou sensacionalistas, ou que dificulta a sua investigação por não permitir o uso de todo e qualquer meio), ora como uma espécie de ‘bizarria’ desfasada do ‘mundo real em que vivemos’ e mais própria de intelectuais bem-pensantes do que de jornalistas e gestores competitivos, eficientes. Como resume Sanders (*ibid.*: 30), “em jornalismo o cínico sustenta que uma prática ética ou não interessa, ou é impossível”.

- 2) Revelando alguma proximidade de resultado com esta perspectiva, mas partindo de pressupostos inversos, surge a abordagem **dogmática profissional** da ética e da deontologia. Aqui, o ponto de partida já não é a componente empresarial dos *media* ou a mercadorização das notícias num mercado aberto, mas o sentimento profissional dos jornalistas e a sua indeclinável responsabilidade pessoal, entendida nos termos atrás descritos quanto à liberdade de expressão como “mito fundador” do jornalismo. Esta é uma retórica bastante associada à figura (também ela muito mitificada nos seus alvares) do repórter, insistindo em que o que dele se espera é apenas que ‘faça o seu trabalho’ – ou seja, que descubra, investigue e publique as ‘estórias’ sem outros constrangimentos ou barreiras que não o valor próprio dessas ‘estórias’ para o grande público. É uma retórica muito associada a uma aceção estrita de competência profissional, que enaltece sobretudo as capacidades pessoais e técnicas (de pesquisa, de denúncia, de “faro”, de investigação, de rapidez, de “postura-cão-de-guarda” face aos poderes) e que restringe as preocupações éticas ao foro da sua consciência individual, garantindo o protagonista assumir todas as

suas responsabilidades e respondendo apenas perante o público em nome de quem diz trabalhar. Mais orientada pelos fins a atingir do que pelos meios a observar, pouco preocupada com a ponderação de eventuais consequências que a possam distrair dos seus assumidos objectivos profissionais (“ser o primeiro e o mais rápido a divulgar a *cacha*”, “dar a notícia, doa a quem doer”, “contar toda a verdade, custe o que custar”), esta postura tende a menosprezar, quando não mesmo a criticar, o suposto “moralismo” de quantos insistem em princípios ou normas deontológicas como condições imperativas de um trabalho jornalístico socialmente responsável – e com isso acabam, por exemplo, por “guardar notícias na gaveta” (caso não tenham podido confirmá-las com rigor) ou por “respeitar mais as fontes do que os próprios leitores” (caso tenham assumido compromissos de confidencialidade ou de embargo).

- 3) Uma perspectiva “**juridista**” destas matérias tende a subsumir as normas e deveres morais nas normas e deveres legais, considerando que o limite daquilo que se “deve ou não deve” fazer coincide com o que se “pode ou não pode fazer”, de acordo com as leis gerais vigentes. O princípio é o de que tudo o que não é proibido é, à partida, permitido – e questões como o respeito pelos direitos de terceiros, seja no que tem a ver com a actividade dos *media*, seja no que se liga com qualquer outra actividade social, devem estar protegidas pelo enquadramento jurídico do país. Ou seja, é a aplicação taxativa do princípio de “se isto é legal, é correcto; se é ilegal, é errado” (Sanders, 2003: 31). Os partidários desta perspectiva costumam defender, inclusivamente, que não deve haver legislação específica para os *media* ou para a actividade jornalística, aí encontrando inspiração basicamente na tradição liberal americana de não legislar – nem permitir que se legisle, de acordo com o estipulado na “Primeira Emenda” – em nenhum domínio relacionado com a liberdade de expressão³⁷. Subjaz a este tipo de concepções alguma confusão

³⁷ A tradição americana neste domínio tem suscitado críticas. Por um lado, como já dissemos atrás, entende-se que, ao não haver lei específica para os *media*, acaba por ser estabelecida pelos tribunais (e em última instância pelo Supremo Tribunal dos EUA, que é de nomeação presidencial) alguma jurisprudência que, na prática, funciona como lei específica (Voakes, 2000). Por outro lado, e mais concretamente no que respeita a questões do foro ético, há quem entenda (como Giroux, 1991) que basear juízos apenas em jurisprudência contém em si um efeito perverso, na medida em que esta apenas “obedece à técnica dos precedentes, a partir dos quais se infere, de uma série de decisões, caso a caso, um certo número de princípios”; ora este modo de abordagem “é estranho à ética e à moral, pois o que se deve esperar destas últimas é que elas pré-determinem as decisões, e não que resultem delas” (Giroux, 1991: 124-125).

entre as distintas natureza, âmbito e alcance dos preceitos legais, por um lado, e dos imperativos éticos, por outro. Se muitas vezes eles coincidem, de facto (e se, como assinala Voakes (2000: 30-31), o próprio funcionamento do sistema legal depende de os cidadãos assumirem, por princípio, a obrigação moral de respeitar as leis), não é menos verdade que outras vezes não coincidem: em nome de valores éticos e dos correspondentes preceitos deontológicos, um jornalista pode ver-se compelido a transgredir a lei e, inversamente, pode abster-se de proceder de um determinado modo, mesmo que a lei lho consentisse. Há, entre o que “pode” e o que “deve” fazer-se, algumas *nuanças*: “Podem ser consideradas perfeitamente legais algumas acções que, não obstante, a maioria das pessoas consideraria não éticas” (Voakes, 2000: 30). Além disso, endossar para o foro jurídico matérias que deveriam dirimir-se na esfera ética tem, aqui e além, o perigo suplementar de estabelecer limites ou condicionantes ‘cegos’ para situações concretas e singulares que só a consciência moral e deontológica (mesmo em termos de desafio e de “domínio da regra dominante”) devem poder apreciar e decidir:

Deixar à justiça o encargo de definir a liberdade de expressão é uma arma duplamente perigosa. Significa admitir que os limites da lei ditam o quadro da reflexão ética, quando é certo que a ética transcende as leis e pode mesmo convencer-nos, em situações precisas, a transgredi-las, justamente quando tais leis nos parecem limitar de forma injustificada a liberdade da imprensa. Ao demonstrar um respeito absoluto pelos constrangimentos da lei, os *media* também se escudam comodamente num legalismo confortável (...) [que pode ser apenas] um modo de evitar tomar decisões corajosas (Bernier, 1994: 32).

- 4) De cariz não muito diverso, embora circunscrito ao universo mais restrito dos preceitos e obrigações morais, é a chamada abordagem “**deontologista**” dos desafios éticos do jornalismo. Aqui, trata-se de aceitar a existência e utilidade das normas, bem como de tentar cumpri-las com um escrúpulo quase literal, mas de nada mais que isso. Ora como, por um lado, a deontologia “não é uma prática abstracta nem uma ciência exacta”, mas “um campo de escolhas e de juízos” (Wemans, 1999: 16), implicando constantemente uma ponderação da sua maior ou menor adequação às situações concretas em análise, e como, por outro lado, nenhum código deontológico, por mais extenso que seja, consegue prever todas as circunstâncias e dilemas colocados ao juízo ético, é fácil perceber o carácter redutor de uma abordagem prisioneira de um respeito literal e mecânico pela simples letra da norma. E se, no caso de alguns países ou organizações

profissionais de jornalistas, os códigos deontológicos mostram algum empenho na concretização e pormenorização de situações sobre que ajuizar, desenvolvendo-se por múltiplas páginas e artigos (Fidalgo, 2000c), noutros casos – como sucede em Portugal – a formulação dos deveres morais chama sobretudo a atenção para os grandes princípios a respeitar, não desobrigando o profissional de um esforço continuado de os interpretar em função da matéria específica que tem em mãos. Refugiar-se na letra dos preceitos corresponde, de certo modo, a “juridificá-los”, confundindo a natureza e o âmbito da sua aplicação e conduzindo potencialmente a uma *submissão* à regra dominante que, parafraseando a proposta de Bernier (1994), significa tudo menos dominá-la. Ou seja: também em nome da deontologia se pode contornar ou esquecer o desafio ético – aquele que verdadeiramente importa. “Reduzir a ética à deontologia será pouco menos que trágico”, escreve Esteves (1998: 23), muito crítico da “perspectiva deontologizante” que considera ser bastante comum hoje em dia e que, em seu entender, constitui mesmo “uma peça-chave da ideologia do ‘profissionalismo’”, a partir da qual o verdadeiro raciocínio ético pode ser preterido em favor de “preocupações profissionais e corporativas que [se sobrepõem] em geral ao imperativo dos interesses colectivos” (*ibid.*: 22).

- 5) Há, enfim, um modo de lidar com as questões deontológicas que poderíamos apelidar, genericamente, de **estratégico**, e que é observável em planos diversos. Desde logo, julgamos ter deixado bastante claro, ao longo dos capítulos anteriores, o papel (também) instrumental desempenhado pelo tema da ética no processo de reivindicação e construção de um espaço profissional para o jornalismo. Tratou-se, digamos, de uma **estratégia afirmativa**, que procurou dotar o grupo profissional dos instrumentos legitimadores da sua aspiração ao profissionalismo, quer em termos internos (adoptando regras e critérios de avaliação do trabalho que pudessem traçar uma linha de fronteira entre os ‘legítimos’ e os ‘ilegítimos’), quer em termos externos (assumindo, pelo menos formalmente, o compromisso público de adoptar determinados padrões de comportamento e de *performance* que justificassem o reconhecimento de uma posição socialmente valorizada). Num plano complementar, podemos falar de uma **estratégia defensiva**, que levou os jornalistas a gerirem a questão ética e deontológica como um argumento importante nas suas relações de força com outros protagonistas do campo em que se movem. Por exemplo com os poderes político/legislativo e judicial: considerou-

se frequentemente (e considera-se ainda) que quanto mais o grupo profissional for capaz de se auto-regular e controlar em matérias que conflituem com os direitos, necessidades e expectativas dos cidadãos, tanto menor será a tentação daqueles poderes para intervirem na actividade jornalística, regulamentando, condicionando ou sancionando o seu livre (e responsável) funcionamento. Por exemplo também com o poder empresarial sob cuja tutela se exerce habitualmente a profissão: a existência de normas deontológicas a que o jornalista está vinculado dá-lhe uma outra possibilidade (legal e socialmente validada) de se defender contra ordens ou directivas da hierarquia da empresa que contendam com os seus deveres profissionais, permitindo que à lealdade naturalmente devida a um patrão se sobreponha o “bem maior” da lealdade à sociedade que se quer servir. Não obstante, num plano mais estritamente profissional, ou até psicológico, pode entender-se também numa lógica defensiva uma certa utilização da ética e da deontologia como “instrumento de auto-justificação, para não dizer de auto-mistificação”, como pretende Bourdieu (1996: 1), ao considerar que “muitas vezes, o discurso ético tem sobretudo por efeito permitir a um grupo dar-se a si próprio uma boa consciência, dando igualmente de si uma boa imagem para fora” (*ibidem*). E não menos defensivamente pode ser interpretada (embora seja eventualmente limitativo e redutor restringi-la a esse propósito algo instrumental) a célebre caracterização, proposta por Tuchmann (1972/1993), da objectividade jornalística – elevada que ela foi, entretanto, ao estatuto de dever moral, mais do que de técnica narrativa – como um “ritual estratégico” susceptível de, também ele, descansar a consciência dos jornalistas pelo facto de “relatarem os factos com verdade”³⁸. Finalmente, poderíamos falar de uma espécie de **estratégia promocional**, agora já mais no contexto das empresas mediáticas do que do grupo profissional dos jornalistas, quando vemos a bandeira da ética ser, sobretudo nas décadas mais recentes, brandida como instrumento de *marketing* destinado a prestigiar a marca ou o título, num esforço de sedução do público elucidado pela conhecida afirmação de que “a ética vende” (Camps, 1995: 53) – ou, na formulação de McQuail (1997:

³⁸ Uma posição, recorde-se, questionada criticamente já pela Comissão Hutchins, em 1947, quando sugeriu que “relatar os factos com verdade” pode não corresponder automaticamente, afinal, a “dizer a verdade acerca dos factos” – objectivo último de um jornalismo socialmente responsável.

524), “*good ethics can also be good for the business*”³⁹. Esta estratégia destinada a manter a audiência dócil e agradada, que leva autores como Philip Meyer a criticarem muitos responsáveis de negócios da comunicação por alegadamente tratarem a ética “não como uma exigência de integridade, mas como um problema de relações públicas” (cit. em Sanders, 1993: 30) , arrisca-se mesmo a perverter mecanismos teoricamente orientados para a auto-regulação e para o estímulo da interacção com os leitores: como veremos no último capítulo deste trabalho, uma das controvérsias mais recorrentes em torno da figura do Provedor (do Leitor / do Ouvinte / do Espectador) liga-se com o facto de ele ser por vezes encarado como uma espécie de “relações públicas” ou de ‘serviço de assistência pós-venda’, destinado a manter o ‘cliente’ satisfeito, com ganhos porventura mais para a imagem que a empresa dá de si do que para o real incremento dos seus padrões de rigor e exigência éticas.

Independentemente dos usos mais ou menos abusivos, que dão conta dos seus limites, o certo é que a deontologia tem também – pode ter – um alcance não desprezível. Isso implica, todavia, que se lide com ela não como um fim em si, e muito menos um fim exclusivamente auto-centrado no grupo profissional e nas suas tentações corporativas, mas como um útil instrumento de orientação e reflexão no plano moral, permanentemente iluminado e escrutinado pelos grandes princípios éticos que lhe dão razão de ser e dos quais é, por assim dizer, a extensão normativa. Mais: a deontologia, enquanto conjunto de obrigações colectivamente partilhadas e publicamente assumidas, sob a forma de compromisso de uma profissão com o público que pretende servir de modo íntegro, rigoroso e justo, pode e deve ser um factor essencial de transparência da actividade e de abertura ao seu escrutínio e responsabilização – ou seja, à sua *accountability* –, sem o que ficará irremediavelmente diminuída no seu propósito e na sua justificação primeira. Nesse

³⁹ Não pretende dizer-se com isto que todas as preocupações de natureza ética, tais como são proclamadas por proprietários ou gestores das empresas de *media*, bem como as iniciativas que promovem nesse domínio, são de feição promocional e passam ao lado de genuínos propósitos de maior exigência moral. Há, inclusivamente, países em que as próprias empresas jornalísticas aderem a “códigos de conduta” em matérias de ética, ou elaboram os seus próprios, considerando que as responsabilidades nesse domínio socialmente tão sensível não se restringem ao grupo profissional dos jornalistas, mas também a quem deve dar-lhes as condições adequadas para o seu exercício. Não obstante, no caso de Portugal, há anos que vêm sendo feitas tentativas de adopção de uma “Plataforma Ética” para as empresas jornalísticas, sobretudo por iniciativa da actual Associação Nacional da Imprensa, mas o processo depara-se permanentemente com dificuldades, divergências ou défice notório de entusiasmo, e os documentos fundadores continuam à espera do aval efectivo e definitivo dos diferentes parceiros potenciais.

sentido, ela inclui-se naquilo a que chamaríamos **instrumentos de contratualização** entre os jornalistas e o público⁴⁰, no pressuposto de que é na correcta observância de um autêntico “contrato social” – com todas as exigências de boa fé, de clareza entre as partes, de respeito mútuo e de controlo nele implicadas – que o grupo profissional pode assegurar e alicerçar a sua própria legitimidade.

Naturalmente, a deontologia, entendida de modo restrito, não pode ser encarada como princípio e fim do processo de juízo e exigência éticas essenciais à actividade jornalística, devendo inserir-se no contexto mais alargado da sua responsabilidade social. E se, como diz Delforce (1996: 17), “a responsabilidade social do jornalista consiste em dar sentido” à realidade circundante, as suas preocupações éticas e profissionais devem ir além da ‘simples’ actividade de informar – aquela que mais directamente é visada pelas regras deontológicas habitualmente adoptadas. Com efeito, “a actividade (informar) tem um resultado (dar sentido): e o resultado é mais fundamental que a actividade” (*ibid.*: 18), sendo certo que esta atribuição de sentido “não é uma opção deixada à livre escolha do jornalista, que poderia ou não adoptá-la”, mas “o resultado incontornável da actividade da informação” (*ibidem*). Ora,

informar pode relevar de uma deontologia profissional que coloca o acento principalmente nas modalidades de pesquisa e difusão da informação; dar sentido implica, no entanto, uma responsabilidade social, na medida em que obriga a levar em conta os efeitos sociais do acto. A qualidade da actividade mede-se, num caso, pelas suas modalidades [de pesquisa e reporte] mais ou menos conformes, e, no outro caso, pelos seus efeitos sociais mais ou menos positivos (Delforce, 1996: 18).

Daí que o jornalista seja “um actor social de corpo inteiro”, e não uma simples “testemunha-mediador fora do jogo social” (*ibidem*). E as preocupações deontológicas, mesmo não esgotando todas as dimensões do seu trabalho e das respectivas repercussões, podem desempenhar um papel importante no meio desse mais vasto xadrez, ajudando a objectivar tanto para o interior como para o exterior do grupo profissional algumas linhas

⁴⁰ Este conceito de “instrumentos de contratualização” que propomos abrange, para além dos códigos deontológicos, diversos outros elementos oferecidos ao público pelos jornalistas e respectivas organizações – o próprio grupo profissional no seu todo, os diferentes *media* em particular – sob a forma de comprometimento público explícito face a um conjunto de princípios e regras de conduta, cujo reverso da medalha é a possibilidade do seu acompanhamento e escrutínio por parte dos consumidores finais. Estão neste caso os Estatutos Editoriais dos diversos órgãos de informação, os Estatutos de Redacção, os Códigos Éticos das empresas, os Livros de Estilo – cujo modelo, em Portugal e não só, se desenvolveu bastante para além do simples manual técnico de redacção – e o Provedor do Leitor, enquanto instância de recurso que regularmente explicita os princípios assumidos por determinado projecto editorial e analisa queixas sobre o seu eventual incumprimento. Trata-se, portanto, de documentos e mecanismos permanentemente acessíveis ao público e que, por isso mesmo, podem e devem ser invocados pelo mesmo público para “pedir contas” aos *media* relativamente aos compromissos que “contrataram” com os seus potenciais clientes.

de conduta que concorrem para a boa prossecução dos fins desejados – e que devem, por esse motivo, ser conhecidas e escrutinadas.

8.3. - O “contrato social” como caminho de legitimação

A deontologia profissional – sempre entendida, insistimos, na sua obrigatória relação dinâmica com os princípios éticos fundamentais de que emana e para que reenvia – é, então, um ingrediente importante do autêntico “**contrato social**” no qual o jornalismo e os jornalistas têm que fazer assentar a legitimidade do poder que exercem na sociedade. Trata-se de um poder que, ao contrário de outros típicos das sociedades democráticas, não é legitimado à partida, de modo explícito, pelo voto dos cidadãos em eleições livres e periódicas. Mas daí não decorre necessariamente que seja um poder ilegítimo e arbitrário; o que sucede é que, se não é legitimado por um voto fundador, deve obrigatoriamente encontrar nos modos do seu próprio funcionamento, bem como no adequado cumprimento dos objectivos que lhe são implicitamente atribuídos pela sociedade e na regular prestação de contas por eles, as condições da sua legitimação.

Se o pressuposto é o de que os jornalistas preenchem uma relevante função social – aquela que, em representação dos cidadãos, vigia e fiscaliza os poderes públicos, que dá proximidade e sentido às múltiplas realidades envolventes, que contribui para o exercício informado, consciente e crítico da cidadania, tudo no contexto da concretização do universal direito à informação, exercido num essencial contexto de liberdade de expressão –, e por essa função social se distinguem, aliás, de outros comunicadores públicos dos mais diversos âmbitos, então só pode ser nela e no seu correcto preenchimento que vão alicerçar a sua legitimidade. É só a esta luz que podem ser entendidas as condições especiais (nos planos social, económico ou laboral, nas facilidades de circulação e acesso, no direito efectivo de palavra em termos públicos) que historicamente lhes foram, e ainda hoje são, outorgadas: não como sinecuras elitistas ou privilégios destinados a um uso pessoal, discricionário e inimputável, mas como meios julgados indispensáveis à prossecução do bem público, como condições susceptíveis de facilitar o cumprimento da dita função social. Na lógica do “**contrato**”, trata-se, assim, daquilo que uma das “partes” contratantes – a sociedade, o conjunto dos cidadãos, em si mesmos ou por intermédio do Estado que os congrega e representa – oferece à outra “parte” – os jornalistas, as organizações e empresas em que eles funcionam –, esperando naturalmente receber, como contrapartida, o cumprimento escrupuloso do serviço público por esta via “contratado”.

O investigador canadiano Marc-François Bernier desenvolveu um modelo teórico (*ver página seguinte*) que parte precisamente da constatação de que a legitimidade do jornalismo “decorre de um consenso generalizado que podemos assimilar a um ‘contrato social’” (Bernier, 1996: 177) e que, no seguimento, procura identificar os principais elementos que estão em jogo neste processo de legitimação da actividade jornalística. Um deles passa pela ideia de **representatividade**:

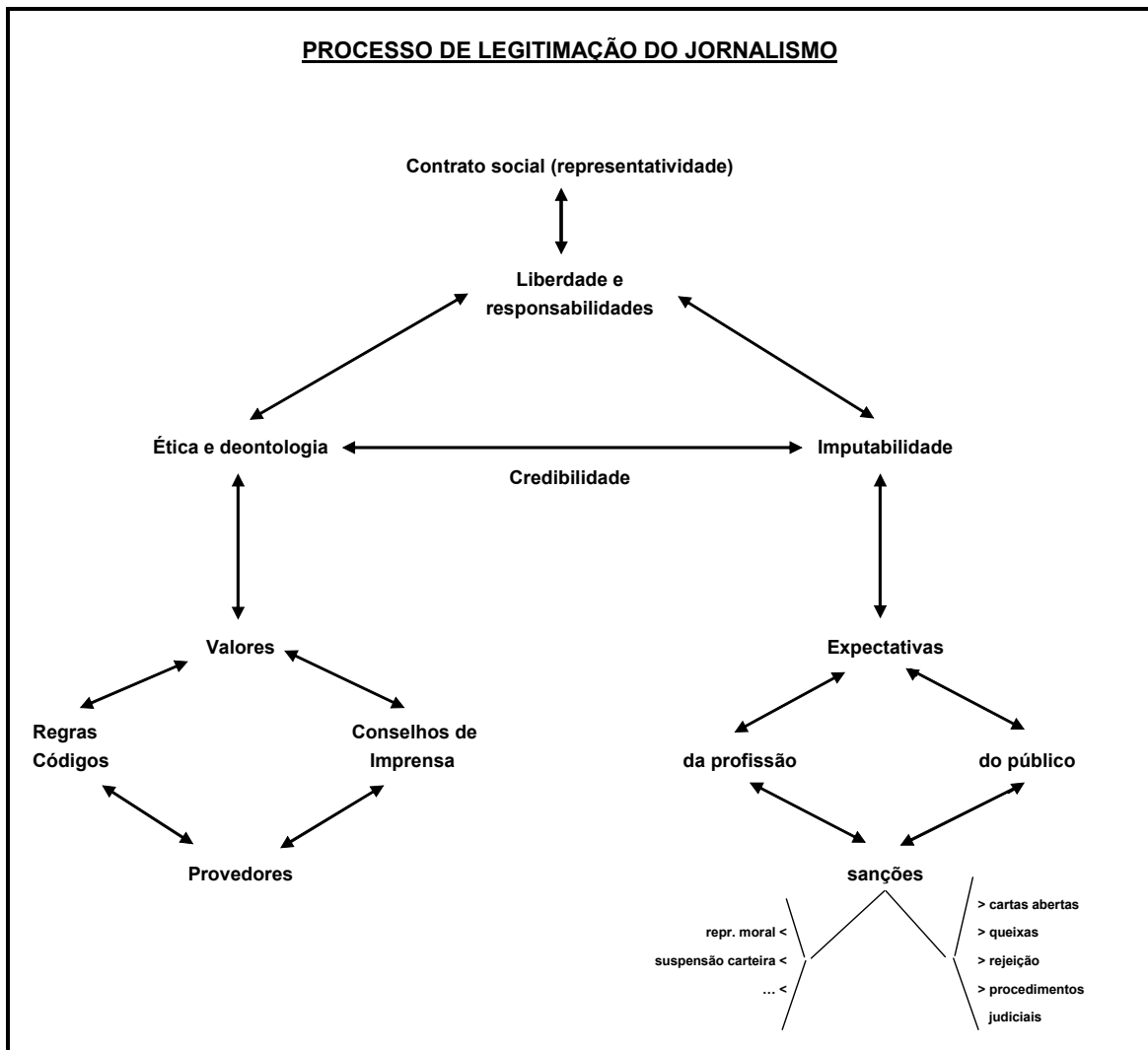
A noção de contrato deve ser estreitamente associada à representatividade, que é sem dúvida uma das convicções fundamentais e históricas na base do trabalho jornalístico. Segundo esta convicção, o jornalista seria de algum modo o representante dos cidadãos junto dos detentores dos poderes sociais, a fim de obrigar estes últimos a prestarem contas pelas decisões e pelos gestos que respeitam à colectividade. Com este mandato de representantes no bolso, os jornalistas assumem na realidade um poder de controlo ou, dito de outro modo, um contra-poder (Bernier, 1996: 179).

É com este pressuposto que o jornalista justifica muitas das suas preocupações e acções, quer seguindo alegadamente as matérias que supõe serem do interesse público, quer colocando as questões que presume seriam colocadas pelas próprias pessoas, se elas tivessem acesso aos protagonistas do poder. Ou, pelo menos, fazendo crer nisso. Porque, de facto, “a retórica da representatividade desempenha um papel proeminente de legitimação do trabalho jornalístico” (*ibid.*: 180).

Estes conceitos de contrato e de representatividade têm, porém, implicações e exigências para o trabalho dos jornalistas. E é assim que, ainda segundo a proposta de Bernier, o modelo de validação desta perspectiva de legitimação obriga a equacionar a articulação entre a liberdade e a responsabilidade do jornalista, bem como a convocar as suas incontornáveis obrigações éticas e deontológicas, tudo isto conduzindo (e servindo) à construção de um ambiente onde a conduta dos profissionais possa ser acompanhada, fiscalizada e escrutinada pelo público – o que pressupõe que aqueles prestem, de algum modo, contas a este, que aceitem ser responsabilizados pela sua função e colaborem nos mecanismos que os façam verdadeiramente *accountable*. Só assim fica completo o ciclo da legitimação do poder jornalístico segundo a lógica de um contrato que obriga efectivamente as partes e não se esconde atrás de quaisquer “cheques em branco”.

O binómio liberdade/responsabilidade, como temos visto ao longo destas páginas, nem sempre é fácil de declinar, desde logo pela tensão constante entre um perfil de profissional que se reclama de um funcionamento autónomo (exigência decorrente do profissionalismo) e um trabalhador assalariado, ao serviço de uma empresa e de um patrão.

É aqui que se vai encontrar a justificação para a oferta de condições de algum modo privilegiadas, derogatórias até do direito laboral comum, por se entender que os



FONTE: Marc-François BERNIER, "Les conditions de légitimité du journalisme: esquisse d'un modèle théorique". "Les Cahiers du Journalisme", n° 2, Dezembro: Lille.

constrangimentos empresariais não podem afectar o cumprimento da função social cometida aos jornalistas (e, indirectamente, às próprias empresas de *media*). Sabe-se como, com alguma frequência, este enquadramento da actividade jornalística na lógica das empresas funcionando num mercado livre e fortemente concorrencial é apontado pelos jornalistas como justificação para o facto de fazerem o que fazem e como fazem e, sobretudo, para o facto de não fazerem aquilo que entendem que deveriam fazer. Muitas vezes têm certamente razão – e, aí, o que se espera deles é que, em articulação cúmplice com o público a quem devem uma lealdade “contratual”, denunciem tais situações e trabalhem, individual e colectivamente, para as alterar –, mas algumas vezes essas circunstâncias podem funcionar também como uma espécie de álibi desresponsabilizador, fazendo com que o jornalista se sinta de certo modo desobrigado do seu papel e se acomode a lógicas que o afastam dos seus objectivos mais nobres.

Mesmo em condições adversas, o jornalista mantém algumas pequenas franjas de liberdade individual que não pode deixar de usar, sob pena de não assumir todas as responsabilidades que dele se esperam – sendo certo que, para esse esforço de resistência e de perseverança, deve poder contar com o apoio activo dos pares, tanto no espaço colectivo da sua própria redacção como no espaço mais lato do grupo profissional, que se foi dotando de instrumentos destinados precisamente a preservar esse espaço de imprescindível liberdade responsável. Por aqui passam mecanismos como o Estatuto Editorial, o Conselho de Redacção, o Estatuto do Jornalista, o Regulamento da Carteira Profissional e, naturalmente, o Código Deontológico e os organismos encarregados de velar pelo seu cumprimento.

A ética e a deontologia estão, assim, sempre presentes neste processo, quer garantindo as condições de liberdade (e prevenindo os abusos cometidos em seu nome), quer exigindo uma conduta de responsabilidade (que só tem sentido como escolha racional e consciente de pessoas livres).

Do contrato social implicitamente estabelecido decorre que os profissionais se comprometem com determinados princípios e normas de funcionamento – seja quanto aos fins a prosseguir, seja quanto aos meios a utilizar –, mas decorre também que não podem ser indiferentes às consequências sociais do seu trabalho. Daí o desafio permanente de uma ponderação entre as convicções de princípio e os resultados previsíveis, entre a letra do dever deontológico e o valor que ele pretende defender, entre os imperativos da liberdade de expressão que impelem a tudo dizer e os constrangimentos de uma atitude responsável que faz prevalecer critérios de efectivo interesse público ou de cautela com legítimos

direitos privados de pessoas envolvidas – ou seja, a constante remissão para o espaço central da ética enquanto espaço de reflexão, de dúvida, de dilema, de risco... e de escolha. “A ética é deliberação”, recorda Bernier, insistindo que os grandes valores orientadores da nossa conduta “são constrangimentos intelectuais que se impõem à reflexão, sem no entanto imporem automatismos comportamentais” (Bernier, 1996: 183). E a condição essencial de toda a reflexão ética acaba por ser, afinal, o cuidado e a preocupação “com o outro” (*ibidem*), que assume um carácter mais ou menos impositivo consoante as circunstâncias concretas, mas que não pode nunca deixar de estar presente. Esta é um processo de julgamento que complementa – mas também interroga – o escrúpulo deontológico, cujo acento tónico é colocado no cumprimento de uma regra previamente definida:

Ao procedermos à reconstrução do processo de legitimação do jornalismo, não podemos ignorar os aspectos éticos e deontológicos da profissão, pois é necessariamente através destas considerações que se concretizam, na vida de todos os dias, as liberdades e responsabilidades profissionais (Bernier, 1996: 185).

8.4. - Jornalistas responsáveis, jornalistas imputáveis

É essencialmente a propósito de matérias éticas e deontológicas que são colocadas as maiores reticências e feitas as maiores críticas sobre o comportamento profissional dos jornalistas, o que acaba por minar a sua legitimidade e afectar, com os custos conhecidos, a sua própria credibilidade – em termos individuais e em termos colectivos, enquanto actividade de enorme valor social, mas sob condições que importa garantir. Daí que ganhe especial relevância o tema da presumida inimputabilidade – para não dizer impunidade – dos jornalistas e do forte poder de influência que detêm, sendo certo que eles próprios têm como uma das missões mais destacadas precisamente “pedir contas” a todas as instituições de algum modo implicadas com a vida da comunidade. É a muito repetida pergunta sobre “quem guarda os guardiães” para obviar a que eles exercitem o seu poder de modo ligeiro, prepotente, arbitrário ou arrogante, sabendo que, se não em teoria, pelo menos na prática acabam frequentemente por escapar a quaisquer mecanismos de *accountability* – ou a manter relativamente esvaziados de conteúdo efectivo os mecanismos de controlo pelos pares, por eles próprios instituídos no seio do grupo profissional.

A melhor maneira de ajudar os jornalistas a manterem-se em contacto com a sua responsabilidade social, profissional e deontológica é, sem dúvida, submetê-los também ao princípio da imputabilidade, que consiste simplesmente em pedir-lhes que prestem contas, que respondam pelas suas decisões e pelas suas práticas (Bernier, 1996: 185).

Destas matérias trataremos detalhadamente no próximo capítulo, embora entendamos dever enunciá-las aqui, dada a sua centralidade no processo de assunção de responsabilidades em sede de ética: responder pelos seus actos, no caso de uma actividade “contratada” para preencher uma importante função social, é efectivamente um imperativo ético dos mais salientes – e sobremaneira exigível por se tratar de uma função que não está legitimada à partida por um voto ou uma eleição, mas pelo contrário se vai legitimando, ou não, na medida em que cumpre bem os objectivos, as tarefas e os procedimentos a que implicitamente se comprometeu. E se pode dizer-se que a sociedade, em alguma medida, delega nos próprios profissionais a tarefa de se auto-controlarem colectivamente (quer por se reconhecer, num contexto de profissionalismo, a autoridade específica dos pares nas matérias em causa, quer por se entender com essa medida preservar a autonomia dos profissionais e defendê-la de eventuais ingerências externas movidas por propósitos políticos ou económicos menos legítimos), tal não pode significar que com isso se deixe a actividade profissional escondida dos olhos dos ‘leigos’ por um véu de total opacidade, e muito menos que assim se esgotem todos os mecanismos e possibilidades de controlo e escrutínio. E isto é tanto mais premente quando sucede, como vemos suceder, que certas derivas corporativas – associadas a alguma perversão dos ideais do profissionalismo e da sua exigência fundadora de prestação de um genuíno serviço público – conduzem a uma insuficiente ou inoperante auto-regulação do grupo profissional, preocupada mais com a justificação mútua dos pares do que com a efectiva fiscalização dos compromissos éticos e deontológicos que os obrigam.

“Os jornalistas não podem limitar-se a percorrer apenas metade do caminho”, escreve Bernier (1996: 186), sugerindo que eles não podem apenas ir, enquanto representantes do público, pedir contas aos detentores do poder pelas suas acções e decisões, e não voltar depois, junto do público que dizem representar, prestar contas do que fizeram e de como o fizeram. O que eles publicam é, certamente, parte dessa prestação de contas – e fica desde logo disponível para o juízo do público. Mas, dado que frequentemente se levantam dúvidas sobre os “comos” e os “porquês” daquilo que publicam, pode ser necessário ir mais longe, mostrando com transparência os meandros de que se faz a informação e aceitando, pelo menos, discutir a bondade e o acerto das opções tomadas. Trata-se, então, de prestar contas quanto ao modo como se procurou responder ao imperativo de responsabilidade social, mas também quanto ao uso que se fez da liberdade de que se goza para levar tal missão a bom porto:

É inegável que o público, que é a fonte de legitimidade do jornalismo da qual os jornalistas retiram proveito, deve estar em posição de avaliar, avalizar ou criticar o trabalho jornalístico feito em seu nome. A condição essencial desta avaliação, embora não a única, é que o público seja informado relativamente aos seus informadores. É preciso que o autor da legitimação possa vigiar os actores da legitimação. Infelizmente, a legitimidade que o público reconhece aos jornalistas resulta mais da ignorância do que do consentimento esclarecido. (...) O público é confrontado com o fruto do trabalho jornalístico, mas só muito raramente os jornalistas explicam ou justificam os meios empregados para lá chegar (Bernier, 1996: 187).

A imputabilidade acaba por ser, neste modelo, o fecho imprescindível do processo de legitimação do jornalismo a partir do “contrato social” que lhe dá sentido e substância – uma imputabilidade “restrita” (*ibid.*: 188), no que toca à efectivação de mecanismos institucionais de auto-regulação e co-regulação, e uma imputabilidade “geral” (*ibidem*), mais globalmente voltada para um exercício regular de transparência, junto do público que se é suposto representar, sobre as práticas, atitudes, decisões ou consequências associadas ao trabalho dos jornalistas. Uma imputabilidade, afinal, que é **condição de capacitação** do público para julgar com conhecimento de causa a actividade dos *media* e a concretização das suas responsabilidades sociais – algo, de resto, que está em constante evolução e nunca se pode dar por terminado. “O processo de legitimação da imprensa desenrola-se todos os dias”, diz ainda Bernier, antes de aconselhar de modo muito avisado: “Salvaguardar a legitimidade do jornalismo é um assunto que deve ser levado a sério” (*ibid.*: 190).

9. “*Back to basics*”, ou seja, “*back to ethics*”

O essencial das questões aqui tratadas a propósito da ética e da deontologia dos jornalistas é, pode dizer-se, um assunto de sempre: acompanhou o grupo profissional no seu longo e atribulado processo de afirmação, valorização e legitimação face à sociedade, pontuou os mais intensos debates sobre o seu lugar e o seu papel junto dos cidadãos, justificou até hoje as maiores dúvidas e incertezas quanto ao futuro de uma actividade cuja importância social nem sempre convive bem com a sedução ou a pressão de poderes variados (políticos, económicos, culturais) que buscam, no limite, dominá-la e utilizá-la em proveito particular. Nos últimos tempos, todavia, os novos ambientes mediáticos associados à revolução do digital e à vulgarização massiva das (cada vez mais poderosas) tecnologias de informação e comunicação acrescentaram novos e importantes desafios aos velhos dilemas e controvérsias, obrigando até a alguma revisão de conceitos – e, desde logo, provavelmente do próprio conceito de jornalista.

Se nunca foi fácil nem inequívoco, como temos visto ao longo deste trabalho, definir o jornalista com base essencialmente nas especificidades do trabalho que realiza (as definições enredaram-se sempre em tautologias diversas ou optaram por se refugiar nas condições sócio-económico-laborais do exercício da actividade, e na subsequente outorga de um título profissional, mais do que no efectivo conteúdo dela), hoje isso parece ainda mais difícil. Por um lado, as fronteiras que confinavam dentro de certos parâmetros o trabalho informativo de tipo jornalístico tornaram-se bastante porosas, e em algumas situações até desapareceram, deixando que o campo fosse ‘invadido’ por um conjunto de outros *métiers* da comunicação (mais tributários do entretenimento, da publicidade, da propaganda, da persuasão, do comércio e do *fait-divers*), a ponto de haver autores que defendem estar a assistir-se mesmo a uma transição de paradigmas no jornalismo: do ‘velho’ paradigma do “jornalismo de informação” para o ‘novo’ paradigma do “jornalismo de comunicação” (Brin, Charron & Bonville, 2004). Por outro lado, a própria actividade tradicional do jornalismo (actividade “de informação”) tornou-se, por força das novas possibilidades técnicas de pesquisa, edição e difusão associadas tanto à Internet como à divulgação generalizada de computadores pessoais e de *software* do mais variado, acessível teoricamente a qualquer pessoa de qualquer condição e em qualquer sítio do planeta⁴¹, deixando para trás a exigência de uma infra-estrutura empresarial mínima como condição para a produção e distribuição de produtos e serviços mediáticos. Ou seja, tanto parece haver cada vez mais jornalistas (e empresas jornalísticas) que desenvolvem actividades até há pouco dificilmente identificáveis com jornalismo, como, inversamente, parece haver também cada vez mais pessoas que, não podendo definir-se profissionalmente como jornalistas, trabalham a informação (pesquisam, recolhem, tratam, editam, difundem) em termos tipicamente jornalísticos. O que recoloca, e porventura agudiza, a questão de saber quem é ou não é jornalista, de facto – e, complementarmente, como pode ou deve definir-se, hoje, jornalismo.

Como sublinha a investigadora Jane Singer, que se tem dedicado muito em especial ao estudo das alterações induzidas no jornalismo pelo universo *on-line* (cf. Singer, 2003; 2006a; 2006b), a situação com que presentemente nos confrontamos é uma situação em

⁴¹ Dizemos “teoricamente”, dada a multiplicidade de mecanismos e instrumentos genericamente acessíveis num contexto de não especialização, em moldes muito mais alargados (e baratos) do que há uma escassa dezena de anos. Mas não esquecemos, naturalmente, que há muitos milhões de pessoas para quem a simples existência de um computador e o seu manuseio são uma miragem ainda distante.

que “*while all journalists still publish information, not all publishers of information are journalists*” (Singer, 2006a: 3). A ideia aponta para a definitiva perda de uma espécie de monopólio em que historicamente se baseou a reivindicação de especialização de um grupo profissional – e isto porque, nos nossos dias, como diz a mesma investigadora utilizando um curioso neologismo, “*virtually any bit of information, misinformation or disinformation is just a google search away for the online user*” (*ibidem*). É um cenário que, à primeira vista, pareceria apontar para a possibilidade de prescindirmos de um serviço até há pouco fornecido praticamente em exclusivo por jornalistas, alargando-se exponencialmente as nossas hipóteses de acesso a todo o tipo de informação, a toda a hora e em todo o lugar. Significa isto que algumas das marcas distintivas do trabalho jornalístico, identificáveis apesar do carácter algo fluído que as foi acompanhando, já não parecem tão susceptíveis de caracterizar uma identidade profissional específica. O actual ambiente mediático, no qual “qualquer um pode publicar qualquer coisa, instantaneamente e para uma audiência potencialmente global” (*ibid.*: 8), requer, assim, um repensar de quem possa ou deva ser considerado jornalista e do que legitimamente possamos esperar / exigir, agora e no futuro, dessa função:

Os jornalistas já não têm acesso especial aos mecanismos de produção e distribuição alargada de informação. Nem têm acesso especial à própria informação ou às fontes de onde ela emana. Estas e outras noções práticas do que definia um jornalista no passado já não se aplicam. Em vez disso, a paisagem mediática contemporânea demonstra a necessidade de enfatizar constructos normativos para os jornalistas, no seu esforço de demarcação face a outros fornecedores de informação *online*. Especificamente, a revisão das considerações sobre quem simplesmente é ou não é jornalista tem de incluir hoje, como sua característica distintiva, a noção de assunção de uma responsabilidade pessoal pela salvaguarda da confiança do público (Singer, 2006a: 8).

Funções tradicionalmente apontadas como nucleares no que respeita ao trabalho jornalístico, como as de *gatekeeping* e de *agenda-setting* – funções associadas à selecção e hierarquização das matérias que chegavam efectivamente ao espaço público e, por essa via, determinavam decisivamente o conteúdo essencial dos debates e reflexões aí partilhados – começam a fazer menos sentido num contexto onde já não há *gate* para guardar, e pelo contrário os fluxos informativos jorram de todos os lados para todos os lados, ou onde as possibilidades de “marcar a agenda” da discussão pública, através dos mais diversos canais hoje disponíveis tanto na perspectiva da emissão como da recepção, se multiplicaram por uma infinidade de actores de todos os campos da comunicação. Como diz Singer, neste cenário o “*gatekeeping* já não é questão de manter um item fora de circulação”, mas “questão de avaliar itens quanto à sua veracidade” e de os “enquadrar num contexto mais vasto que facilmente se perde na avassaladora torrente diária de nova

‘informação’”; ou seja, os jornalistas devem ser já não *gatekeepers*, mas “*sense-makers*” (*ibid.*: 12), criadores e promotores de **sentido** mais do que alguma vez no passado. Da mesma forma, o processo de *agenda-setting* “já não é questão de identificar acerca de que informação pensar”, mas “questão de identificar em que informação confiar”; ou seja, os jornalistas devem ser já não *agenda-setters*, mas “*intérpretes* daquilo que é simultaneamente credível e merecedor de valorização” (*ibidem*, realce nosso), num processo pautado por critérios de autonomia e independência. De onde decorre uma importante conclusão:

Num ambiente mediático tão aberto, frenético e superpovoado como este, a conceptualização daquilo que um jornalista faz tem que se deslocar de uma ênfase no procedimento – seleccionar e disseminar informação, organizar itens particulares de modos particulares – para uma ênfase na ética (Singer, 1996: 12).

Dito de outro modo, o que cada vez mais é e será característico da actividade jornalística, o que constitui a sua marca distintiva, própria e valorizada enquanto tal, já não é tanto **quem** faz o **quê**, **onde** e **quando** – pois muitos e diversos actores do campo da comunicação pública se dedicarão cada vez mais a procurar, recolher, tratar, editar e difundir informação, seguindo os procedimentos técnico/intelectuais habituais dos jornalistas e adoptando os padrões associados ao “paradigma noticioso”, tal como o apresentámos no Capítulo III, e recorrendo também a estruturas de produção e de distribuição que até há pouco só as empresas de *media* tinham condição, até económica, de suportar. O que cada vez mais poderá distinguir a especificidade de um trabalho jornalístico profissional sobre a informação da actualidade é, pelo contrário, como sublinhámos no final do capítulo anterior, o **como**, o **porquê** e o **para quê** do trabalho informativo. O que importa já não será tanto o “processo profissional de tornar a informação disponível”, mas o conjunto de princípios e “normas profissionais que orientam as decisões sobre que informação tem verdadeiro valor societal” (*ibid.*: 15). Ou seja, a ética.

Neste sentido, com que nos identificamos, pode falar-se então de uma espécie de “*back to basics*”, de um regresso aos elementos nucleares e fundadores do jornalismo enquanto inestimável portador de uma relevante função social – radicada no direito de todos os cidadãos a uma informação credível, abrangente, rigorosa, independente e merecedora de confiança, e como tal emancipadora, e não apenas no exercício do direito à liberdade de expressão sem mais – que, no caso, assume a forma de um “*back to ethics*”, uma vez que é pela exigência ética, e pelo seu correspondente escrúpulo deontológico, que

passa o específico deste trabalho, o mesmo é dizer, o núcleo identitário essencial dos que a ela se dedicam em termos profissionais. E se estes são princípios e regras a adoptar em todas as tarefas ligadas à produção de informação, são-no igualmente nas novas tarefas que, cada vez mais, serão pedidas aos jornalistas: as de certificação e credibilização da informação que circula no espaço público, as de sinalização orientadora para uma ‘navegação’ mais consciente na maré torrencial de informação *on-line*, as de interpretação, enquadramento e contextualização de quanto circula por aí aparentemente desligado e desprovido de relação ou sentido.

Procurando dar uma base teórica e filosófica às suas propostas, Singer – seguindo, aliás, o esforço de outros autores de encontrarem formulações de síntese entre abordagens diferentes, ou até opostas – propõe que o jornalista vá buscar e associar o que de melhor oferecem, de um lado, as doutrinas existencialistas e, de outro, a doutrina chamada “da responsabilidade social”. A primeira põe o acento tónico no sujeito individual livre, na sua imprescindível autonomia, na sua indeclinável responsabilidade pelos próprios actos (responsabilidade **pelos** actos e **pelas** decisões individuais) – o que serve para contrariar algumas tendências, aqui e além observadas, de o jornalista se refugiar na sua situação de profissional laboralmente dependente e submetido aos constrangimentos daí decorrentes. A segunda, pelo contrário, acentua a situação do jornalista enquanto responsável para com a sociedade que dá razão de ser à sua função e à qual deve servir bem, já não apenas como um indivíduo livre, mas como um indivíduo comprometido com a comunidade cujo direito fundamental à informação deve assegurar (dando corpo a uma responsabilidade **para com** os outros).

Ainda e sempre, reencontramos o aparentemente contraditório binómio liberdade /responsabilidade, articulado com o binómio ser individual / ser social, cujo equilíbrio de forças parece apontar para a situação idealmente desejável, no que toca não só ao jornalismo como a todas as actividades com importante incidência social. Desta conjugação das duas perspectivas surge a sua proposta de que o jornalista se assuma (e funcione) como um “**existencialista socialmente responsável**” (Singer, 2006a: 2), uma noção cuja essência consiste “numa combinação de *escolher livremente ser responsável*, em ordem a preencher um papel social baseado na confiança” (*ibid.*: 13, realce nosso). Em sua opinião, o jornalista será cada vez mais definido “pelo grau em que escolhe aderir aos objectivos normativos da sua cultura profissional” (*ibidem*), como explica:

O carácter distintivo da função jornalística reside numa definição normativa que enfatiza as responsabilidades para com o público no seu conjunto, mas incorpora as ideias existencialistas de

integridade individual e de autonomia, particularmente no sentido de liberdade face a facções (ibid.: 13-14).

Integrando esta sua perspectiva na linha de pensamento actual de John Merrill – de quem cita a frase de uma das suas obras mais recentes: “Só quando o jornalista reconhecer tanto uma responsabilidade para consigo próprio como uma responsabilidade para com os outros poderá o jornalismo estar alicerçado numa verdadeira base moral” (*apud* Singer, 2006a: 14) –, bem como nas ideias de teor semelhante defendidas por Bill Kovach e Tom Rosenstiehl (responsáveis do “*Project for Excellence in Journalism*” e do “*Committee of Concerned Journalists*”, e autores do livro “*Os Elementos do Jornalismo*” (2001/2004)), Singer admite que vai até um pouco mais longe, pois o seu texto sugere que

o comprometimento ético [do jornalista] com estes objectivos normativos está rapidamente a tornar-se na *única* coisa que distingue o jornalista de outros fornecedores de informação que são independentes mas não responsáveis, como os “*bloggers*”, ou são responsáveis mas não independentes, como os “*spin doctors*” de todos os géneros. Uma noção do jornalismo como a corporização de uma responsabilidade social existencial torna-se não meramente descritiva, mas definitiva (Singer, 2006a: 14, realce da autora).

Desta ênfase particular nos imperativos éticos como elemento central e distintivo do jornalista profissional face a demais comunicadores públicos, nos tempos novos que vivemos, não deve, entretanto, inferir-se que com isso ele se baste. Como escreve Champagne (1996: 10), “[o] problema da informação não pode ser redutível a um problema de honestidade”; ela é, sem dúvida, uma condição necessária, mas não é condição suficiente. A competência profissional, tal como a propusemos no capítulo anterior, comporta obrigatoriamente uma dimensão ética⁴², mas comporta outras dimensões, nomeadamente no plano cognitivo e no domínio especializado de um “saber” que tem – e cada vez mais terá – as suas especificidades. Acentuar as novas funções do jornalismo associadas já não tanto à pesquisa, tratamento e difusão de informações, mas muito à certificação, interpretação e enquadramento da informação disponível, bem como à capacidade de lhe conferir sentido e pertinência para a vida dos cidadãos, requer, a nosso ver, uma sólida formação de base – que não se esgota nem de longe na aprendizagem de técnicas narrativas próprias ou no domínio de mecanismos tecnológicos, mas que passa

⁴² Aliás, podemos dizer que é de uma exigência ética de base que decorre, desde logo, a exigência de uma *performance* competente, no sentido mais estrito (intelectual, técnico, relacional): muitas derrapagens com incidência no foro ético não são, volta e meia, mais do que exemplos de mau domínio ou má compreensão dos padrões mínimos de uma actividade que se pretende exercida de modo profissionalmente conhecedor e capaz. Como sublinha Sanders (2003: 153), “o jornalismo irresponsável é, muitas vezes, apenas uma questão de simples inaptidão, e muita crueldade é frequentemente infligida a terceiros por mera incompetência profissional”. Ou, dito de modo mais sintético, na formulação original: “*Ethically good journalism begins with competent reporting*” (ibid.: 160).

decisivamente pela capacidade de compreensão da complexidade do mundo, da história e cultura das suas gentes, dos seus mecanismos sociais, políticos e económicos, nos quais se inscrevem e pelos quais se condicionam (também) os fluxos informativos e comunicativos. E para estas novas e difíceis funções, alicerçadas num “saber profissional” fundo e exigente como o definimos no Capítulo III, se espera que haja cada vez mais – e não menos – jornalismo. Como dizia Dominique Wolton recentemente, ao caracterizar o que deve fazer o jornalista neste novo contexto *on-line* que “está a mudar a nossa maneira de pensar e de ser” e de que o excesso de informação é uma das vertentes:

[O jornalista deve] controlar o fluxo [da informação], verificar, comparar, explicar, contextualizar. Caso contrário, o sonho torna-se num pesadelo e somos atropelados por informação que não sabemos decodificar. Somos saturados pelo fluxo de informação. O jornalista é fundamental. Quanto mais informação houver, mais vamos precisar do jornalista (Wolton, 2006: 47).

10. Síntese conclusiva

Procurámos percorrer, ao longo deste capítulo, um caminho que nos permitisse situar a questão ética no seu enquadramento teórico e filosófico, tanto em termos gerais como em termos mais especificamente voltados para as áreas da comunicação e do jornalismo. Depois da necessária clarificação de alguns conceitos nem sempre usados com os mesmos significados (ética, moral, deontologia), evocámos sinteticamente as grandes opções e dilemas que, ao longo da história, pontuaram a reflexão ética, oscilando constantemente entre pólos de sentido diverso, quando não oposto: a prevalência do individual ou do colectivo, a prevalência da liberdade ou da responsabilidade, a prevalência do “bem” ou do “justo”, a prevalência da norma ou da finalidade, a prevalência da convicção ou da consequência.

Situámos depois o essencial dos debates contemporâneos neste domínio, subdividindo-os em quatro grandes perspectivas, conforme colocam, relativamente à acção moral, o acento tónico na própria acção (éticas deontológicas), no resultado (éticas utilitaristas e consequencialistas), na relação (éticas contratualistas) ou no agente (éticas teleológicas, ética das virtudes). Especificamente quanto a estas últimas, vimos como o pensamento original de Aristóteles tem sido relido e reinterpretado de modos bastante estimulantes na época contemporânea – sendo que uma “ética social” e uma “ética dos afectos”, mais preocupadas com pessoas concretas e com a prossecução última de uma “vida boa” para todos os humanos, mobilizam cada vez mais as atenções. Do mesmo

modo, também as éticas deontológicas de matriz kantiana têm beneficiado com releituras e revisões importantes para o debate actual, como vimos a propósito da ética do discurso, de Jürgen Habermas, particularmente apelativa nos contextos da comunicação.

Pelo meio da diversidade de teorias e abordagens – bem como de sucessivos esforços de fusão ou síntese susceptíveis de recolher apenas o melhor de cada uma delas, deixando de lado os seus elementos mais discutíveis – demos conta de preocupações constantes e, por assim dizer, transversais ao debate ético. Destaca-se aqui a interrogação prévia sobre os “porquês” (porquê conduzir-me de modo ético?) e, ligada com esta, a preocupação por encontrar uma base comum, susceptível de unir todos os seres humanos à volta de uma espécie de “moralidade mínima” consensual, radicada em valores ou proto-normas universais, declinada a partir de um pressuposto de liberdade responsável. Acentuámos a precedência dos valores sobre as normas e, mais concretamente no caso do jornalismo, a precedência da ética sobre a deontologia, insistindo na importância do domínio dos fundamentos de uma conduta moralmente desejável para a boa capacidade de juízo ético em termos racionais, conscientes e críticos. Recordámos, não obstante, o papel que tem também, e deve ter, a deontologia, sobretudo no contexto da desejável “contratualização” entre os jornalistas e a sociedade a quem servem, e que, abrindo caminho à necessária responsabilização daqueles, é condição do seu processo de reconhecimento e de legitimação perante esta.

Retomámos, enfim, as importantes transformações que actualmente ocorrem no campo mediático e nos campos que com ele fazem fronteira, sugerindo que elas apontam para uma redefinição de funções e do próprio papel dos jornalistas, na qual as questões éticas adquirem uma centralidade ainda maior no seu processo de afirmação e consolidação de uma mais clara identidade profissional. E evocámos em particular os trabalhos de Singer (2006) que sublinham aquilo para que aponta, no fundo, o argumento central da nossa tese: as novas condições (internas e externas) em que hoje se exerce o jornalismo permitem pensar que **a sua maior marca distintiva** face a outros ofícios da comunicação, **a sua verdadeira marca identitária**, se situará cada vez mais no domínio da **ética** do que em qualquer outro ‘traço’ ou atributo profissional.

Seria tentador, e porventura mais fácil, enveredar pela simples adopção de uma das diversas teorias éticas que se confrontam. Mas tal não parece viável, nem sequer desejável, sobretudo no que respeita a um trabalho de contornos tão específicos e tão sensíveis em múltiplas dimensões com é o trabalho jornalístico. Faz parte dessa especificidade e dessa

sensibilidade ter de, permanentemente, assumir o risco de tomar opções e decisões do foro ético, decerto com a ajuda de códigos e normas profissionais mas sem poder encontrar neles o catálogo das soluções pré-formatadas. Não é de estranhar que a maior parte das teorias e abordagens por nós expostas tenha, em algum momento, procurado chegar a soluções mistas, de síntese de elementos diversos, decerto com a consciência de que em todas se descortinam chamadas de atenção para enfoques específicos que valeria a pena preservar.

Sem prejuízo disso – ou exactamente por isso –, parece-nos que a proposta mais abrangente de uma “**ética das virtudes**”, temperada explicitamente com os procedimentos de procura sistemática – uma procura racionalmente alicerçada e inter-subjectivamente praticada – de um consenso tal como definido na “**ética do discurso**”, será a que mais se adequa a uma postura ética exigente, genuína, permanente e assumida com responsável autonomia, como a que defendemos para a actividade jornalística. Ao chamar a atenção para o carácter da pessoa e para o juízo prudencial, ao levar em linha de conta a razão mas também a emoção e o sentimento, ao não esquecer a importância de condições externas para o exercício e propagação das virtudes, ao insistir na importância da educação para a virtude e dos hábitos da sua prática, e tudo isso inscrito numa ideia última de realização da “vida boa”, do bem humano indissociável da sua própria condição de humano, ela pode não nos dar respostas imediatas às dúvidas sobre o que fazer – seguir a norma?, ponderar a consequência?, projectar a utilidade?, respeitar a convicção? – mas confronta-nos com a nossa inalienável liberdade e, ao mesmo tempo, com o seu exercício responsável no domínio incontornável da reflexão ética como lugar de escolha e de decisão.

Não é certamente por acaso que as diversas abordagens teóricas por nós confrontadas e discutidas ao longo deste capítulo – umas mais do campo filosófico, outras mais ligadas a perspectivas sociais ou profissionais, umas mais inscritas no evoluir histórico, outras mais voltadas para os dilemas e desafios contemporâneos – convergem, no essencial, para a mesma preocupação de fundo: encontrar os **fundamentos**, as **razões** e os **objectivos** em que se podem alicerçar a exigência e a vontade de uma conduta ética. E isto tanto em termos genéricos, para todos nós enquanto seres humanos solidários num viver comum, como em termos mais específicos, para os que fazem da comunicação a sua actividade profissional.

Por diversos caminhos – os das principais teorias éticas, os da análise das implicações do agir comunicacional, os da procura de proto-normas morais universais, os da revisão e actualização da doutrina da responsabilidade social, os da dissecação dos

estádios do desenvolvimento moral – chega-se a um conjunto de questões bastante semelhantes, que em última instância apontam para a identificação e assunção de um **núcleo mínimo de valores básicos indissociáveis da essência do humano**.

E é assim que princípios fundadores elementares como os do respeito pela **vida**, pela **dignidade** de todos, pela **verdade** e pela **não-violência**, inseridos num propósito global de orientação para a **felicidade** como fim último – princípios que tanto encontramos na “conduta virtuosa” de Aristóteles como nas “virtudes não relativas” de Nussbaum, nos “bens constitutivos” de Taylor, nas “proto-normas universais” de Christians e Nordenstreng, nos “princípios éticos universais” de Kohlberg revisto por Gilligan e retomado por Elliott, nos princípios de “equidade e justiça” de Rawls ou nas exigências de “justiça com solidariedade” de Habermas –, se alinham como uma espécie de **proposta “mínima”** para uma aproximação consensual à exigência ética e, ao mesmo tempo, a **proposta “máxima”** que contém os elementos centrais de onde hão-de decorrer as declinações mais particulares, concretas e normativas, da moralidade.

É assim também que, sem prejuízo da importância da definição de normas, obrigações e códigos de conduta (porque somos pessoas e profissionais situados, inseridos num viver concreto e diverso, em comunidades específicas), sobressai desta abordagem global uma ênfase constante na precedência do valor sobre a norma, na prevalência da ética sobre a deontologia, no primado do “ser” sobre o “fazer” – tudo num contexto que, desafiando permanentemente o sentido de **responsabilidade** de quem se confronta com a necessidade de fazer escolhas e tomar decisões frente a situações reais do mundo da vida, simultaneamente preserva um elemento de indispensável **liberdade** sem a qual esse processo ficaria irremediavelmente amputado.

Ora, se de escolhas livres mas também responsáveis sempre se trata, muito em especial no domínio da comunicação e do jornalismo, o momento seguinte tem obrigatoriamente de passar pela obrigação de prestação de contas: responsabilidade, no cumprimento de uma função social, é também ‘responsividade’, é imputabilidade, é *accountability*. De onde o problema da regulação da actividade jornalística (e, muito particularmente, da auto-regulação) a que nos dedicaremos no próximo capítulo.

* * * * *

V – *Accountability* e regulação da actividade jornalística

“La liberté ne peut être limitée qu’au nom de la liberté elle-même”.

Gilles GAUTHIER, “*Nommer ou ne pas nommer*” (1992)

“La responsabilité des journalistes signifie qu’ils ne sont pas libres de ne pas rendre des comptes sur leurs façons d’informer”.

Michel MATHIEN, “*Les Journalistes*” (1995)

“At its core, the problem of media accountability is a problem of democracy”.

David PRITCHARD, “*Holding the Media Accountable*” (2000)

A actividade dos meios de comunicação social – e em particular o trabalho jornalístico – está submetida, em todas as sociedades, a um mais ou menos extenso conjunto de leis, regulamentos, regras, princípios e códigos de conduta, que, também numa proporção variável consoante os modelos de organização política, social e económica, procuram algum ponto de equilíbrio no binómio **liberdade** – **responsabilidade** com que eles permanentemente lidam¹. De acordo com o que foi dito nos capítulos anteriores, o pressuposto de que partimos aqui é o de que o direito fundamental de todos os cidadãos à liberdade de expressão é um alicerce imprescindível da actividade dos *media*, mas não se

¹ Encarar este binómio sobretudo numa perspectiva dialógica, integrada numa concepção mais vasta de interações humanas dialógicas, como pretendem alguns autores (e.g. Sampson, *apud* Johannesen, 2001: 208) é uma proposta estimulante, e que implica que ambos os conceitos sejam vistos não tanto em termos *negativos* (liberdade apenas como a situação em que outrem não se impõe a mim, responsabilidade apenas como a situação em que eu não me imponho a outrem), mas em termos *positivos* (sou livre e responsável não na medida em que estou separado do outro, mas precisamente porque estamos todos inter-conectados e mutuamente envolvidos na prossecução do nosso ‘ser humano’ e na construção do mundo social em que tal se realiza). Por isso, liberdade e responsabilidade não devem ser olhados apenas como pólos longínquos em luta permanente; são conceitos “intimamente ligados”, assim como dois fios entrelaçados que compõem uma corda, para usar a imagem de Vernon Jensen (*ibidem*), que propõe até um novo termo resultante da fusão dos dois: em vez de *rights* e *responsibilities*, ele fala de **rightsabilities**. Com isso pretende evidenciar como ambos os conceitos, tendo embora a sua individualidade (dois fios para uma corda), só encontram o seu sentido quando se misturam e entrecem totalmente um com o outro, atingindo uma realidade nova (a corda) que não se completa nem sustenta sem a integração das duas diferentes partes.

resume nem esgota nele: pelo contrário, utiliza-o como um meio essencial à prossecução do fim mais ambicioso que se propõe, que é o de garantir e concretizar o direito de todos à informação – um direito básico para proporcionar o conhecimento da realidade envolvente, o escrutínio dos poderes públicos e a participação cívica aos mais diversos níveis. Ora, se assim é, o efectivo reconhecimento social do papel desempenhado pelos *media* e mesmo a sua legitimação enquanto poder dotado de certos direitos e privilégios dependem do modo como eles cumprem, ou não, essas funções tão relevantes para o funcionamento da sociedade. O mesmo é dizer, se eles assumem adequadamente – e de que modos concretos, visíveis, verificáveis – a **responsibility** que lhes está, formal ou implicitamente, cometida. E aqui se situa, então, a exigência de que eles de algum modo prestem contas aos cidadãos para quem, e em nome de quem, exercem o seu labor – a necessidade de **accountability**².

Valerá a pena recordar a distinção feita por Hodges (1990) entre *responsibility* e *accountability*. A primeira noção tem a ver com “a definição de uma conduta apropriada”, enquanto a segunda tem a ver com “a obrigação de executá-la” (Hodges, 1990: 16). *Responsibility* procura responder à pergunta: “quais são as necessidades sociais em relação às quais devemos esperar que os jornalistas reajam competentemente?”; *accountability*, em contrapartida, responde à pergunta: “como pode uma sociedade exigir que os jornalistas prestem contas do seu desempenho, tendo em vista as responsabilidades que lhes foram atribuídas?” (*ibidem*). Dito de outro modo, falar sobre *responsibility* é “falar sobre o conteúdo das nossas obrigações e deveres morais, sobre a essência daquilo que devemos fazer”, enquanto falar sobre *accountability* é “falar sobre quem pode ou deve ter o poder de exigir, através da persuasão ou da ameaça, que nós cumpramos bem esses deveres e obrigações” (*ibidem*). Por isso se diz que somos *responsible for* (responsáveis “por” – por uma necessidade, por uma obrigação), mas que somos *accountable to* (responsáveis “perante” ou “para com” – para com os leitores, para com a comunidade, para com o todo social). Neste sentido, compreende-se que a temática da *responsibility* precede a da

² Por razões que já atrás referimos (ver Capítulo III, nota 38), entendemos dever usar o termo inglês *accountability* por não ser fácil encontrar um termo português que lhe corresponda exactamente. O termo “responsabilidade” tem uma acepção mais lata e genérica (daí a distinção feita, no inglês, entre *responsibility* e *accountability*). Por outro lado, os termos “imputabilidade” e “responsividade”, que se considerariam os mais próximos deste significado lato de ‘prestação de contas’, podem suscitar alguma confusão com subdivisões no interior do próprio conceito de *accountability*: veja-se a distinção, proposta por McQuail (1997; 2000), entre dois modelos ou vertentes da *accountability* no âmbito dos meios de comunicação, um que aponta para a *liability* (“imputabilidade”, mais ligada a sanções legais ou materiais), outro que aponta para a *answerability* (“responsividade”, mais ligada a explicações voluntárias e não compulsórias). No seguimento, utilizaremos também o adjectivo *accountable* – que, mais do que ‘responsável’, tem o significado de ‘responsabilizável’.

accountability, uma vez que, como o próprio Hodges sublinha, “não podemos exigir que a imprensa preste contas dos seus actos ou aprimore o seu desempenho enquanto não for determinado o que consideramos ser da sua responsabilidade” (*ibid.*: 17). A responsabilidade refere-se, assim, às obrigações estabelecidas ou assumidas e a *accountability* ao processo subsequente de avaliação da *performance*, em função dos padrões exigidos por tais obrigações (McQuail, 2005).

1. A questão da *responsibility*

Como faz notar McQuail (2005: 238), a ideia de que os *mass media* têm alguma obrigação de servir a sociedade na qual operam é em certa medida contestável, pois há sempre “diferentes e opostas versões do bem público”. A isto acresce o receio, frequentemente glosado, de que a tentativa de impor certas responsabilidades e pedir contas por elas possa, apesar das boas intenções, acabar por conduzir à “supressão da liberdade de expressão e, em última instância, à opressão” (*ibidem*) – motivo por que a tradição liberal sempre insistiu mais na importância do “mercado livre das ideias” e na profissão de fé de que delas emergiria sempre a ‘certa’ em desfavor da ‘errada’.

Não obstante, parece também indesmentível que os *media* “dão um contributo necessário ao funcionamento de um sistema social moderno”, nele se incluindo “muitos processos sociais e políticos tão básicos como sensíveis”; e, se mais não houvesse, “a necessidade implica uma obrigação”, tanto mais que o funcionamento concreto dos *media* tem consequências ao nível dos indivíduos e da própria sociedade, consequências a cuja responsabilidade “eles não podem fugir” (*ibidem*).

Assim, é a própria ideia do funcionamento democrático de uma sociedade – com circulação livre de informação e opinião, actuando como alimento e estímulo à participação informada e crítica de todos os cidadãos – que parece justificar algum tipo de responsabilização dos *media*, quer na perspectiva de uma liberdade ‘negativa’ (assegurando que eles não causarão impunemente prejuízos ou ofensas aos direitos fundamentais de cada um), quer na perspectiva de uma liberdade ‘positiva’ (procurando que eles tragam à vida da sociedade os benefícios que deles legitimamente se esperam).

É a este contexto que deve associar-se, de resto, a própria questão da liberdade da imprensa no mundo contemporâneo: para se “manter fiel às suas exigências iniciais”, ela deve forçosamente

ir além do seu estatuto de liberdade *negativa* e ser completada por uma dimensão de liberdade *positiva*, indissociável do desenvolvimento da cidadania política e do aprofundamento da democracia (Libois, 1995a: 12, realces dos autores).

Ultrapassando as teorias da imprensa radicalmente liberais ou “libertárias” – que, no essencial, não cometem ao jornalista outras responsabilidades que não sejam as decorrentes da sua livre opção e da sua consciência individual –, assumimos então que os *media*, pela importância do papel que ganharam nas sociedades modernas e pelo poder de influência que a vários títulos manifestam, têm uma incontornável responsabilidade social³. É uma responsabilidade que se situa e exerce a diferentes níveis e que, naturalmente, não exclui os deveres e obrigações dos jornalistas enquanto profissionais, mas que vai para além dessa esfera individual: há também uma responsabilidade global dos *media* para com a sociedade, dada a função que deles legitimamente se espera, e há uma responsabilidade mais ligada às empresas mediáticas na sua relação próxima com as comunidades específicas que pretendem servir (Elliott, 1990).

Um aspecto importante para a contextualização desta responsabilidade decorre do conceito de **representação** (ou “representatividade”, como prefere Bernier (1996) – cf. Capítulo IV) que os *media* habitualmente invocam (Denis, 1990).

Quando um jornalista insiste com um político para que responda a determinadas perguntas, por muito incómodas ou até indiscretas que possam parecer, não será difícil ouvi-lo explicar que procede assim porque “o público tem o direito de saber”, porque essas “são as perguntas que todo o eleitor legitimamente faria” se ali estivesse. Ou seja, o jornalista invoca a sua qualidade de “representante” ou mandatário do público para questionar os titulares do poder, sugerindo que é “em seu nome” que trabalha e que, ao procurar informação (de interesse público, supostamente), não o faz para seu deleite, curiosidade ou interesse pessoal, mas porque é a informação que se espera que ele consiga e divulgue a todos. Aliás, é nessa condição de “representante” que faz alicerçar a legitimidade das suas inquirições – e, por exemplo, o acesso privilegiado a locais ou instituições habitualmente vedados à generalidade das pessoas –, uma vez que não pode

³ Ver, a este propósito, o que escrevemos mais detalhadamente no capítulo IV.

invocar uma legitimidade decorrente de uma eleição ou nomeação oficial. É o tal “contrato social” implícito a que já nos referimos e que, para ser levado a sério, implica a óbvia contrapartida da prestação de contas: se alguém age em representação de outrem, deve explicar-se junto dos seus representados sobre o que fez ou não fez, como e porquê. Algo que, não obstante, é por vezes esquecido ou secundarizado:

Os jornalistas (...) costumam adoptar dois pesos e duas medidas em relação à representação. Eles se valem do conceito, seja no plano retórico ou no plano legal, quando isto lhes convém. Entretanto, quando são confrontados com modelos de conduta que podem ser usados para avaliar o seu desempenho, eles rapidamente passam a ignorá-lo. Rejeitam a aplicação de padrões éticos, até mesmo aqueles que eles próprios desenvolveram ou sancionaram, alegando a inexistência de qualquer determinação legal para que pratiquem a equidade. Mas os editores e repórteres geralmente reconhecem a existência de uma obrigação moral voluntária (Denis, 1990: 111).

De resto, já a própria Comissão Hutchins, em 1947, apontava à imprensa a obrigação de ela também fornecer ao público um “quadro representativo” dos diversos grupos que formam a sociedade (*ibidem*). O que sugere que os meios de comunicação não só devem representar os cidadãos na sua relação com os poderes e no seu trabalho de compreensão da actualidade, como devem apresentá-los e representá-los **todos**, sob pena de, servindo apenas círculos restritos ou a elite mais frequentadora do espaço público tradicional, falharem num dos seus compromissos fundadores.

As formas que assumem as responsabilidades dos *media* em geral, e dos jornalistas em particular, podem ser subdivididas, de acordo com alguns autores (Hodges, 1990; McQuail, 1997), em três grandes tipos, conforme o seu grau de compulsão:

- 1) Responsabilidades **impostas** – trata-se, essencialmente, das que decorrem de obrigações estabelecidas na lei ou em instrumentos de regulação do sector e que, em sociedades livres, tendem a ser “reduzidas ao mínimo”, servindo sobretudo para “equilibrar a liberdade dos *media* com os direitos de outros membros da sociedade e com o interesse público” (McQuail, 1997: 516).
- 2) Responsabilidades **contratuais** – aqui, trata-se das obrigações que os *media* especificamente assumem com o seu público, quer de modo implícito (a garantia de qualidade de um serviço pelo qual o cliente paga, a exemplo do que sucede com qualquer transacção comercial), quer de modo explícito (as promessas feitas na apresentação do projecto editorial em causa, eventualmente concretizadas numa carta de princípios, num estatuto editorial, num livro de estilo ou noutros ‘instrumentos de contratualização’). No caso específico dos jornalistas, como bem

recorda Hodges (1990: 22), as suas responsabilidades contratuais com a sociedade nem sempre coincidem – e podem até colidir – com as decorrentes de um outro contrato, o contrato de trabalho que os vincula a uma determinada empresa e a um patrão a quem devem também obediência.

- 3) Responsabilidades **auto-atribuídas** – trata-se, neste último tipo, das obrigações decorrentes exclusivamente de “compromissos profissionais voluntários no sentido de observar certos padrões éticos e de servir o interesse público” (McQuail, 1997: 516). Não se trata já apenas, no que aos jornalistas respeita, de ficar pelos mínimos legais ou formais, ou de seguir o lema de que ‘tudo o que não está proibido é permitido’, mas de “desenvolver uma concepção própria do papel que desempenham” e de procurar, em alguma medida, um “modelo de excelência” na actividade (Hodges, 1990: 23)⁴.

A estes diferentes tipos de responsabilidade correspondem também diferentes níveis de regulação do funcionamento dos *media* e do trabalho jornalístico: caminha-se de um nível tipicamente **hetero-regulado**, como sucede no caso das leis impostas ao sector, até um nível próprio da **auto-regulação**, voluntária como voluntárias são as responsabilidades auto-atribuídas, passando no meio por estádios possíveis de **co-regulação**, mais adequada ao acompanhamento das relações contratuais. Portanto, pode dizer-se que se encontram aqui também diferentes tipos de *accountability*, conforme a ‘prestação de contas’ tem a ver com obrigações mais voluntárias ou mais compulsórias e, no seguimento, conforme o tipo de reprovações e sanções que lhes estão associadas – ora no plano legal, ora no plano social, ora no plano ético e moral.

⁴ McQuail (1997) aponta um quarto tipo de responsabilidades, a que chama “obrigações negadas” – e que se reportariam às variadas reclamações que são apresentadas aos *media* mas que estes, com “graus variáveis de legitimidade” (*ibid.*: 516), não aceitam. E negar responsabilidades, acrescenta ele, tanto pode ser uma “expressão essencial de liberdade” como uma “fuga aos deveres” (*ibidem*). Parece-nos, entretanto, que esta categoria de algum modo acaba por ser subsumida nas três categorias anteriores, em função da interpretação que se faça (Tettey, 2006: 234), razão por que entendemos ficar apenas por aquelas. Aliás, o próprio autor parece ter, em escritos posteriores (McQuail, 2000; 2005), optado também por esta versão, deixando de referir especificamente as “obrigações negadas”.

2. A questão da *accountability*

Apontado um conjunto de responsabilidades dos meios de comunicação, trata-se, no seguimento, de ver de que modo(s) eles as assumem e respeitam e, sobretudo, de ver como é possível estabelecer mecanismos ou instrumentos susceptíveis de lhes ‘pedir contas’ pelo trabalho feito. Da *responsibility* passamos à *accountability*.

Como definir o conceito com maior precisão? Pritchard (2000) sugere o seguinte:

A *accountability* dos *media* é o processo pelo qual se espera legitimamente, ou se obriga, as organizações mediáticas a prestarem contas das suas actividades aos seus constituintes [*constituents*] (Pritchard, 2000: 2).

McQuail (2000), pelo seu lado, prefere uma formulação mais detalhada:

[A *accountability* dos *media*] é o conjunto dos processos, voluntários ou involuntários, através dos quais os *media* respondem, directa ou indirectamente, perante a sua sociedade, pela qualidade e/ou pelas consequências daquilo que publicam, com particular referência a matérias do bem público geral (McQuail, 2000: 180).

Releve-se, desde logo, que a *accountability* é entendida como um **processo** (ou conjunto de processos), o que significa que vai para além de um elenco de prescrições normativas ou de imposições legais. É “um comportamento que se desenvolve no tempo” (Pritchard, 2000: 2) e que radica numa atitude de princípio, mais do que na resposta pontual a esta ou àquela reclamação concreta proveniente dos leitores, ouvintes, espectadores.

Por outro lado, e em articulação com os diferentes níveis de responsabilidade cometidos aos *media*, é um processo que tanto pode ser **voluntário** como **compulsório**: há contas que devem obrigatoriamente ser prestadas quando a lei ou os regulamentos assim o exigem, e há contas que os próprios *media* decidem prestar, independentemente de a tal serem chamados, por entenderem que é assim que dão corpo às obrigações auto-atribuídas e mantêm a confiança dos seus públicos. Fazê-lo de modo mais formal e institucionalizado ou, pelo contrário, de modo mais informal e individualizado é uma opção que os *media* tomam de acordo com as situações concretas e os modos de ser particulares.

Por outro lado ainda, ambas as definições deixam claro que a ‘prestação de contas’ é algo que os *media* devem assumir por si, mas é também algo sobre que os seus clientes podem, e devem, ter legítimas **expectativas**: a relação tacitamente contratual e ‘de representação’ que os une a isso necessariamente conduz.

Enfim, a definição proposta por McQuail chama especificamente a atenção para mais dois aspectos relevantes: é sobretudo por referência ao **bem público** (ou “interesse

público”) que a *accountability* se invoca e exige e, por conseguinte, ela não pode ficar apenas remetida a uma lógica de liberdade ‘negativa’ – pedir contas pelas **consequências**, supostamente prejudiciais, de alguma matéria publicada –, mas pelo contrário deve também alargar-se à lógica da liberdade ‘positiva’ – pedir contas pela **qualidade** do que se publicou, e ainda do que devia ter-se publicado e não se publicou, tendo em vista a necessária promoção do referido interesse público.

Valerá a pena ver estes diferentes aspectos um pouco mais em detalhe, seguindo no essencial as pertinentes reflexões de McQuail (1997; 2000; 2005) sobre a matéria.

2.1. - Em busca da quadratura do círculo?

A justificação para a necessária *accountability* dos *media* radica no pressuposto de que há um “interesse público” a defender, a preservar e a cultivar, e que os *media*, na sua pluralidade de suportes e formatos, são uma das instituições sociais a quem de algum modo está cometida a responsabilidade de servir tal interesse, em nome de todos. E se, por um lado, esta questão pode equacionar-se sobretudo em termos de leis e regulamentações (cometendo aos poderes político e judicial, no âmbito das suas funções de protecção global do interesse público, o trabalho de definir e enquadrar as responsabilidades dos *media*, velando também pelo seu adequado cumprimento), por outro lado pode igualmente colocar-se a questão em termos de relação directa entre os *media* e os seus públicos – uma relação que precisa de assentar em valores de boa fé, de confiança e de credibilidade.

Ora, no que respeita à credibilidade, é tanto mais importante os *media* disporem-se a ‘prestar contas’ da sua actividade quanto é certo que eles são um dos mecanismos sociais mais activos e empenhados em ‘pedir contas’ – mais uma vez em nome de um interesse público que afirmam servir – aos diversos poderes que interferem com a vida dos cidadãos. De facto, a exigência de *accountability* não é um exclusivo dos *media*; é um processo que confronta todas as instituições públicas associadas a um sistema político e a uma sociedade democráticas. Exercer o poder democrático em nome dos cidadãos, a partir de uma legitimação pelo voto, implica uma atitude de transparência e de responsabilização permanentes cuja vigilância, nas sociedades modernas, está em boa parte cometida aos meios de comunicação social: é a sua função *watchdog*, função de acompanhamento, escrutínio e fiscalização, que permite aos cidadãos, chegada a hora de manifestar as suas opiniões e de as traduzir em opções eleitorais, disporem da maior e melhor informação possível para premiar ou penalizar a governação e os seus intérpretes. Neste sentido, a

exigência genérica de *accountability* está inscrita no contexto mais vasto da exigência de “*good governance*” (Tettey, 2006: 232)⁵ e, como defende Andreas Schedler (1999), ela

continua o projecto do Iluminismo de submeter o poder não só à regra da lei mas também à regra da razão. O poder deve estar limitado por constrangimentos legais, mas também pela lógica do julgamento público. A *accountability* é a antítese do poder monológico (Schedler, cit. em Tettey, 2006: 232).

Se os *mass media* funcionam (e é bom que funcionem) como agentes autónomos de *accountability* relativamente aos poderes públicos, vê-se mal como é que eles, enquanto instituições sociais poderosas e influentes que inegavelmente também são, poderiam ficar imunes a uma correlativa prestação de contas. É a questão de “quem guarda o guardião”, elemento essencial para fundamentar a credibilização dos próprios *media* na sua relação com os públicos e para contrariar a ideia frequente de que eles agem com razoável impunidade, só a pensar em si próprios e no seu sucesso de audiências. Trata-se, afinal, de esperar legitimamente que as instituições que pedem contas aos poderes públicos também dêem, elas próprias, prova de que cultivam as mesmas “qualidades de boa governação [*governance*] que esperam do governo, tais como veracidade, transparência, conduta ética e a devida diligência” (Tettey, 2006: 244).

O problema é que, seguindo o pensamento de McQuail (2005), talvez se possa falar, hoje, de uma crise de *accountability* – seja genericamente (dados os ventos fortes de neo-liberalismo que sopram nas sociedades contemporâneas, com ímpetos essencialmente desreguladores associados à tendência para a recusa da normatividade, um traço típico do pensamento pós-moderno), seja especificamente no caso dos *media* (onde os fenómenos de globalização, de concentração empresarial e de ênfase na comercialização dos ‘produtos’ mediáticos tendem a diluir responsabilidades individuais dos autores, a insistir na liberdade do mercado concorrencial e no sucesso de vendas, e ainda a distanciar os meios de comunicação de comunidades mais próximas a que se sintam vinculados). A grande questão é, como foi desde sempre, a de saber até que ponto o princípio da *accountability*

⁵ O conceito de *governance*, que desde há um par de anos passou a ser utilizado, aponta para o facto de que as entidades públicas são cada vez menos julgadas pelas suas boas intenções e cada vez mais “por critérios de avaliação da sua *performance* que sejam demonstráveis e, se possível, mensuráveis” (Bardoel, 2004: 172). Uma *good governance* implica, de acordo com alguma doutrina citada por Bardoel (*ibidem*), uma avaliação sobre quatro níveis da actividade de quem governa: sobre os seus padrões de comportamento (incluindo aqui capacidade de liderança, integridade e honestidade), sobre as suas estruturas organizativas (em especial as que gerem a comunicação interna e externa, bem como as relações com o pessoal subordinado), sobre a existência ou implementação de mecanismos de controlo (auditorias, formação contínua dos quadros) e sobre o fornecimento sistemático de informação a respeito da actividade (critérios de *performance*, relatórios regulares, abertura à consulta de documentos).

dos *media* pode ser considerado uma exigência contrária ao, ou até incompatível com, o também essencial princípio da liberdade de expressão. Não falta quem pense que isso não é verdade – sublinhando-se mesmo que a exigência de *accountability* se destina a facilitar e desenvolver, e de modo nenhum a constranger, a liberdade de expressão para todos os cidadãos –, mas o certo é que as discussões são colocadas frequentemente nesses termos:

A teoria normativa dos *media* permitiu que o debate fosse restringido a uma escolha entre liberdade do mercado dos *media*, por um lado, e controlo ou censura estatais deste ou daquele tipo, por outro lado, como se uma maior *accountability* só pudesse ser conseguida sacrificando mais liberdade. Esta visão ignora as complexidades do que efectivamente significa liberdade na publicação dos *media*, a inevitabilidade de algum constrangimento na comunicação pública e a diversidade de meios pelos quais o interesse da ‘sociedade’, nas suas múltiplas manifestações, pode ser identificado, expresso e realizado, sem que tal signifique violar a liberdade de expressão. Ignora também as muitas responsabilidades que, de facto e muito justamente, decorrem do exercício da liberdade por parte dos *media* (McQuail, 2005: 237).

E esta não é, como sublinha ainda McQuail (*ibidem*), uma questão puramente académica ou teórica, pois por ela passam aspectos muito importantes de interesses e de poder. A afirmação da liberdade de expressão como um valor absoluto e insusceptível de qualquer tipo de regulação, como pretende a tradição libertária, não é necessariamente o único modo, ou sequer o mais correcto, de encarar esse direito fundamental. A simples experiência das nossas relações quotidianas mostra que, no mundo real, “não há liberdade totalmente desprovida de *accountability*” (*ibid.*: 241) e que, se queremos manter essa capacidade de relação em níveis minimamente aceitáveis, temos sempre de encontrar modos de negociar e de “reconciliar” o princípio da nossa liberdade com o princípio da nossa responsabilização. É, por outras palavras, o que defende Gauthier (1992b) quando, evocando John Rawls e a sua “*Teoria da Justiça*”, retoma uma diferença básica entre **restrição** das liberdades fundamentais e a **regulação** do seu funcionamento efectivo: em seu entender, certos constrangimentos no uso de uma liberdade (no caso, a liberdade de expressão) não constituem verdadeiramente uma limitação dela, mas antes “modalidades da sua aplicação” (Gauthier, 1992b: 35), que inclusivamente permitem fazer alguma distinção entre um núcleo central, irreduzível, do uso da liberdade, e zonas mais laterais onde a sua reivindicação é menos essencial, menos automática. É uma espécie de recurso a um “princípio de proporcionalidade” que faz com que, por vezes, aquilo que supostamente se ganha com o uso da liberdade (por exemplo, escrever no jornal o nome de uma pessoa indiciada pela polícia num crime grave ainda em investigação) não parece justificar o eventual prejuízo causado a outrem (no caso, o bom nome e a reputação da pessoa ainda não julgada em definitivo).

Há, de facto, uma tensão permanente entre o pólo que reclama maior liberdade para os *media* e o que insiste nas suas responsabilidades. Tentar conciliá-los parece, por vezes, uma tarefa semelhante à de encontrar a quadratura do círculo, como ironiza McQuail (1997: 513). Até por isso, parece dever concluir-se que o desafio maior não é recusar liminarmente qualquer princípio de *accountability* para os *media*, por receio de que com isso se sacrifique sem remédio a liberdade de expressão, mas encontrar os **meios** concretos e efectivos de prestação de contas que “sejam consistentes com a noção de responsabilidade (especialmente para com a sociedade e para com o ‘interesse público’) e simultaneamente com os princípios essenciais da livre expressão” (McQuail, 2005: 242).

Esta é uma questão relevante, pois a escolha dos meios e mecanismos de *accountability* pressupõe, de algum modo, a adesão a uma determinada filosofia e modelo de organização política dos *media*. Alguns meios ou mecanismos, sobretudo os de carácter legal e compulsório, podem, à partida, considerar-se mais eficazes, mas podem vir a entrar em caminhos de duvidosa legitimidade – ameaçando elementos centrais da liberdade de expressão –, enquanto outros, de carácter mais informal e voluntário, parecem deste ponto de vista mais legítimos, mas em contrapartida deixam mais dúvidas sobre a sua real eficácia. O ponto de equilíbrio, nas sociedades democráticas ocidentais que melhor conhecemos (e que, não obstante, revelam algumas diferenças nesta matéria – veja-se o modelo dos EUA, por contraposição aos modelos dominantes na Europa do Norte ou na Europa do Sul), parece residir na activação de um **conjunto diversificado** de mecanismos de *accountability*, uns mais formais e outros mais informais, uns internos e outros externos, de modo a que as vantagens e desvantagens de uns e outros possam ser contrabalançadas pelo seu funcionamento conjunto. O que permite também afirmar que, ao contrário de algumas opiniões, o processo de *accountability* dos *media* “não tem necessariamente que assumir a forma de uma maior regulação” (McQuail, 1997: 514) por parte do poder político.

2.2. - Tipos e níveis de accountability

A exigência de prestação de contas relativamente aos meios de comunicação social implica que se seja *accountable* “**para com** alguém, **por** qualquer coisa (uma acção ou uma consequência), na base de certos **critérios**, e com um grau variável de **compulsão**”

(McQuail, 1997: 517, realces do autor)⁶. E, como pressuposto prévio, implica naturalmente que haja não só a **capacidade**, como também a **vontade**, e/ou a necessidade, e/ou a obrigatoriedade, de o ser.

Movendo-se no interior de uma espécie de triângulo que tem como vértices o Estado, o mercado e a sociedade, é no âmbito destas três esferas que os *media* têm, em alguma medida, de prestar contas. Do primeiro vértice decorrem as suas obrigações definidas em termos legais ou regulamentares pelos poderes constituídos, do segundo as responsabilidades decorrentes da gestão de um negócio enquadrado por uma empresa que tem proprietários e que estabelece com os seus clientes uma relação comercial, do terceiro a necessidade de responder perante todos (pessoas ou instituições) os envolvidos, citados ou afectados, no processo de recolha e difusão de informação para o público – as fontes, os leitores/ouvintes/espectadores, os protagonistas das notícias – e, mais genericamente, o referido “interesse público”. Conforme se enfatize mais um ou outro destes vértices, podemos chegar a modelos de *accountability* com as suas diferenças. Para além disso, os modelos genéricos de *accountability* variam ainda conforme os seus instrumentos e mecanismos sejam mais impostos do exterior ou desenvolvidos no interior dos próprios *media*, conforme a sua aplicação decorra mais de uma obrigação taxativa ou de iniciativa e assunção voluntárias, e conforme o tipo de sanções que impliquem (sanções legais, sanções materiais, sanções morais, simples explicação ou justificação pública).

Uma distinção significativa é a que McQuail (1997, 2005) estabelece entre um modelo de prestação de contas que designa por *liability* (a tradução aproximada poderia ser “imputabilidade”) e outro que designa por *answerability* (qualquer coisa próxima de “responsividade”). O primeiro lida sobretudo com as consequências prejudiciais de alguma matéria publicada, no que tem a ver com o desrespeito por direitos fundamentais de qualquer pessoa, e é normalmente regulado por lei – ou, em casos de ausência de lei

⁶ Para além da responsabilidade global de um meio de comunicação (ou seja, dos seus proprietários e da sua direcção), coloca-se por vezes a questão, muito sensível para os jornalistas, de saber “quem” é que, no interior desse meio, deve prestar contas “de quê”. As responsabilidades do jornalista enquanto profissional (e que se reivindica de um estatuto de alguma autonomia típico do profissionalismo) são, por vezes, diluídas num trabalho colectivo, cuja autoria concreta nem sempre é assumida, ou até contrariadas por instâncias hierárquicas do poder editorial. Como vimos atrás, esta é uma das razões por que muitos jornalistas tendem a recusar uma organização do género da das profissões liberais (Ordem), pois o seu enquadramento numa estrutura empresarial, com as suas lógicas próprias e a sua estrutura de poder interno, nem sempre lhes permitiria responder directa e responsavelmente por tudo quanto sai (ou não sai) da sua pena: há textos que são cortados, títulos que são alterados, prazos curtos que são impostos, ‘estórias’ não totalmente investigadas que saem para a rua só para bater a concorrência, zonas de silêncio mais ou menos forçadas, etc.. Ou seja, “a tensão entre *accountability* e liberdade também se manifesta dentro das paredes dos *media*” (McQuail, 1997: 519).

específica para o sector, encaminhado para os tribunais, com base nas leis gerais –, podendo conduzir a sanções do foro criminal ou cível. Preocupa-se, assim, em garantir que os *media* não usam indevidamente os seus poderes e em proteger os direitos básicos dos cidadãos e das instituições, numa lógica próxima da **liberdade negativa**: o esforço orienta-se para **proibir** os meios de comunicação de causarem **dano** a outrem sem motivo justificado, e para os **processar** quando tal suceda. Já o segundo modelo, numa lógica mais de colaboração do que de confrontação, orienta-se sobretudo para obter dos *media* certas explicações ou justificações por acções (ou omissões) que, mesmo não envolvendo responsabilidades do foro legal, podem parecer relevantes face à missão de serviço público que eles devem preencher e que nem sempre fazem – ou não fazem de modo perceptível para a audiência. Ao contrário da anterior, esta lógica decorre já mais de uma **liberdade positiva**: o esforço é para **estimular** a **qualidade** do **serviço** prestado pelos *media* e para estabelecer com eles uma relação de transparência e abertura sistemática face às pessoas em nome de quem dizem trabalhar:

O modelo de *liability* é caracterizado por uma relação adversarial, enquanto o de *answerability* se refere à predisposição [dos *media*] para o debate, a negociação e a interacção, com o objectivo de conseguir alguma reconciliação e resolução de diferenças. A ênfase na primeira instância parece colocar-se sobretudo em questões de dano causado pelos *media*, enquanto na segunda ela se coloca em questões de qualidade dos *mass media* (McQuail, 1997: 517).

Bardoel (2004) considera que, nos últimos anos, tem havido uma maior chamada de atenção para uma abordagem ‘positiva’ do conceito de *accountability* – ou seja, uma mudança de ênfase “da *liability* para a *answerability*” (Bardoel, 2004: 171) –, que ele coloca, aliás, na continuidade de uma semelhante tendência de mudança de enfoque “da *responsibility* para a *accountability*” (*ibidem*), de acordo com a qual se procura ir além de um “pensamento mais geral e abstracto sobre a responsabilidade dos *media*”, insistindo-se numa “interpretação mais prática e concreta” do conceito (*ibidem*). No seu entender, esta tendência integra-se numa linha mais geral de atenção aos cidadãos e às suas necessidades e expectativas face aos *media*, uma posição que vinha a ser desvalorizada em favor da atenção às meras lógicas do mercado (e, no domínio da responsabilidade, traduzida apenas em instrumentos do domínio legal ou político):

As mudanças societais que levaram, em todo o lado, a uma gestão predominantemente comercial dos *media* são de tal natureza que os tradicionais mecanismos de *accountability* dos âmbitos da lei e do mercado já não são suficientes. (...) Como resultado, parece que a posição do cidadão na relação com os *media* se tornou mais fraca nas décadas recentes. Portanto, parece apropriado trazer de volta o cidadão para o debate sobre os *media* e sobre a política dos *media* (*ibid.*: 166).

O autor ressalva, não obstante, que este debate tem sido intenso sobretudo nos círculos académicos e políticos e, em alguma medida, só “numa escala reduzida” terá tocado ainda o universo dos profissionais dos *media*. Tem certamente alguma razão, mas deve também sublinhar-se que uma redobrada preocupação com mecanismos e instrumentos mais eficazes de auto-regulação (que correspondem, *grosso modo*, ao modelo da *answerability*), mesmo que decorrentes de uma perspectiva defensiva e por vezes demasiado fechada sobre o grupo profissional, começa a ser mais visível em círculos vários do jornalismo profissional, tanto em Portugal como noutros países, e igualmente em organizações internacionais da profissão.

Entre os dois modelos ideal-típicos, relativamente extremados e alternativos, da *liability* e da *answerability*, há uma escala vasta de opções intermédias que, como atrás dissemos, procuram recolher o melhor de cada um e evitar o menos bom. McQuail, referindo embora que cada um tem o seu lugar, não esconde a sua preferência pelo modelo da *answerability*, na medida em que lhe parece ser “mais consistente com a liberdade de publicação” (McQuail, 1997: 517), logo, também com a liberdade de expressão. Isto não significa que ele não tenha clara consciência das dificuldades deste caminho específico, sobretudo nos tempos actuais, em que os *mass media* parecem “menos inclinados a assumir compromissos voluntários com a sociedade”, “menos capazes de manter uma relação significativa com as suas audiências e com aqueles a quem afectam”, “menos prontos para entrar em diálogo” (*ibidem*). O dilema surge precisamente daqui: a tendência parece ser no sentido de os *media* só se disporem a aceitar tipos de controlo legalmente impostos, mas ao mesmo tempo é cada vez mais difícil, no contexto da sua mercadorização e globalização num mercado livre, impor tais controlos do exterior. O autor insiste, porém, na sua opção – que, de resto, globalmente partilhamos:

(...) [E]m muitos casos em que é seguido o caminho da *liability*, haveria uma opção de seguir por outro caminho. A posição tomada aqui é que o modelo da *answerability* é geralmente o mais adequado para lidar com as principais questões de *accountability* suscitadas pela comunicação pública, mesmo que possa ser menos eficaz (McQuail, 2005: 244).

Em favor da sua tese, e para além do argumento da liberdade, McQuail sustenta que esta alternativa é a mais capaz de “conduzir à aceitação voluntária de responsabilidades” e à “melhoria das *performances*”, além de ser “certamente muito mais apropriada ao processo de busca e adopção de objectivos positivos para servir o bem público” (*ibid.*: 245). A conclusão que retira é clara:

Em geral, e em consonância com um princípio de abertura, deveríamos preferir formas de *accountability* que sejam transparentes, voluntárias e baseadas em relações activas, em diálogo e

debate – seguindo o modelo de *answerability* que descrevi. As alternativas de controlo externo, compulsão legal e ameaças de punição podem ser mais eficazes no curto prazo, e algumas vezes até o único modo de atingir o objectivo pretendido, mas a longo prazo elas caminham no sentido contrário ao de uma sociedade aberta (McQuail, 2005: 247).

Independentemente da maior ou menor preferência por um ou outro pólo, o certo é que, na maioria dos casos, os governos e as sociedades optam por modelos mistos, no pressuposto de que certos mecanismos podem servir melhor certos intentos e de que, por outro lado, normalmente é necessário encontrar respostas para estes problemas a diferentes níveis de ‘prestação de contas’. São quatro esses níveis [*frames*] de *accountability* sistematizados por McQuail – cada um com as suas vantagens e as suas desvantagens, nos domínios específicos em que laboram –, em função (a) dos instrumentos e procedimentos usados, (b) das questões específicas com que lidam e (c) do maior ou menor grau de obrigatoriedade que lhes está associado:

- 1) O nível da **lei** e da **regulação**⁷ – A exigência de prestação de contas decorre, aqui, das regras formais impostas pela lei ou por outros documentos regulamentadores do sector, preocupando-se sobretudo com a defesa dos direitos fundamentais dos cidadãos e com a protecção dos “bens públicos” essenciais à vida em sociedade, bem como com o cumprimento de certas obrigações assumidas pelos *media* (por exemplo, em contratos de concessão de canais de televisão). As sanções, neste caso, são materiais e concretas: são as previstas na própria lei ou as decorrentes do procedimento judicial que se siga a eventuais queixas ou reclamações.
- 2) O nível do **mercado** – Aqui, trata-se da prestação de contas exigida por uma relação comercial típica, em que determinado produtor ou fornecedor de bens e serviços procura corresponder o melhor possível aos gostos e expectativas do consumidor que é seu cliente. Os mecanismos de *accountability* são os do processo normal da “lei da oferta e da procura” num mercado livre que, pelo menos em teoria, acaba por encorajar os ‘bons’ produtores e por penalizar os “maus”. E a sanção maior vem daqui: do facto de o cliente poder deixar de consumir o bem ou

⁷ “**Regulação**”, neste ponto concreto, deve entender-se no sentido mais comum do termo, ou seja, de “**hetero-regulação**” – um conjunto de mecanismos definidos e adoptados pelo Estado para enquadrar e fiscalizar a actividade dos *media*. Como já vimos, e mais adiante desenvolveremos, pode falar-se também de outras formas de “regulação” que não estão associadas a imposições do exterior, mas a mecanismos voluntários, implementados pelos próprios *media* no seu interior ou em articulação com os seus públicos, e a que se chama normalmente “**auto-regulação**”. Há ainda instrumentos intermédios, decorrentes de associação ou parceria dos *media* e/ou de instituições sociais com poderes públicos, igualmente voluntárias à partida (mesmo podendo depois ter carácter compulsório e até prever sanções), que configuram formas daquilo a que podemos chamar “**co-regulação**”.

serviço fornecido – logo, do sucesso ou insucesso económico da empresa. É, entretanto, o único mecanismo de responsabilização que as doutrinas mais radicalmente liberais consideram legítimo, mas que tem os potenciais efeitos perversos que se conhecem: na verdade, “servir as necessidades de *consumidores* não é o mesmo que servir as necessidades de *cidadãos*” (McQuail, 1997: 524).

- 3) O nível da **responsabilidade pública** – Assumindo que as organizações mediáticas são não só empresas a funcionar no mercado livre da economia, mas igualmente instituições sociais que preenchem, com grande poder de influência, determinadas funções essenciais ao bem público, entende-se que também por isso elas devem responder. A lógica é a dos *media* como representantes dos cidadãos na procura e disseminação de informação necessária à sua participação na vida social e política, na defesa do interesse público e no escrutínio dos poderes. E os processos de *accountability*, aqui, são já menos coercivos ou regulamentares, dependendo da compreensão dos próprios *media* relativamente ao papel que desempenham e da sua disposição para prestar contas às pessoas em nome de quem dizem trabalhar. Sanções para os que não o fazem são as decorrentes de uma quebra de confiança por parte dos públicos, de um maior distanciamento e de uma erosão da sua credibilidade e prestígio. Este nível depende mais claramente da predisposição e capacidade de iniciativa dos *media*, embora também possa ser tanto mais estimulado quanto mais houver uma dinâmica de participação, de exigência crítica e de reivindicação activa por parte da sociedade.
- 4) O nível da **responsabilidade profissional** – Enfim, já mais concretamente no âmbito do trabalho jornalístico que é parte essencial e constitutiva dos meios de comunicação social, há a exigência de prestação de contas pelos compromissos assumidos pelos profissionais enquanto profissionais: compromissos de qualidade e de escrupulo ético no **que** se faz, no **como** se faz, no **por que** se faz e no **para que** se faz. Enquanto profissionais, os jornalistas obrigam-se a respeitar valores e princípios, frequentemente traduzidos em códigos de conduta ou noutros instrumentos que, não tendo embora força legal, têm um iniludível alcance moral. E se são invocados como elemento próprio, diferenciador e valorizador, do seu profissionalismo, convém que se prestem as adequadas contas pelo seu (in)cumprimento. Isso sucede em três planos sucessivos: no da consciência individual do jornalista e da sua indeclinável responsabilidade pessoal, no do colectivo da redacção em que trabalha (e onde também há por vezes um conjunto

de princípios e regras morais assumidos explicitamente em Estatutos de Redacção ou em Livros de Estilo) e no do grupo profissional mais vasto de que faz parte (grupo vinculado habitualmente por um Código Deontológico e por mecanismos institucionais de fiscalização da sua observância). As questões dirimidas neste nível de *accountability* são, como se vê, as do foro ético, e as sanções tendem a ser também sanções morais – embora haja quem defenda que elas poderiam ter mais frequentemente uma tradução material, concretizada, por exemplo, na suspensão ou cassação do título profissional.

Globalmente, a exigência de *accountability*, nos seus diferentes níveis de actuação, visa em simultâneo três grandes objectivos, que nem sempre são fáceis de reconciliar: (1) proteger e promover a liberdade dos *media*, (2) impedir ou limitar danos causados pelos *media*, e (3) promover os contributos positivos dos *media* para a sociedade (McQuail, 1997: 525). É para eles que se orientam os quatro níveis de mecanismos aqui referidos, sendo certo que uns parecem mais adequados que outros em certas circunstâncias – e daí a insistência em que se recorra a todos eles, em proporções variadas conforme os casos e as sensibilidades. Certo é também que, tradicionalmente, havia alguma tendência para colocar o problema sobretudo nos dois primeiros níveis – o da lei e o do mercado –, deixando o resto à livre gestão dos *media* e dos seus profissionais, mas nos últimos anos têm-se reforçado as pressões para uma maior responsabilização nos dois últimos níveis. E os desenvolvimentos tecnológicos que permitem novas modalidades de auto-edição e de difusão de informação no espaço público, somados às novas possibilidades de interacção abertas pelos suportes digitais dos *media*, parecem estar a “deslocar o poder do emissor para o receptor” (Bardoel, 2004: 172), dando corpo progressivo a uma nova escala de prioridades que poderia traduzir-se por esta máxima: “Cidadãos primeiro, depois o mercado, e finalmente o governo” (*ibidem*).

Daqui decorre, igualmente, uma atenção crescente à qualificação dos cidadãos para poderem participar de modo activo e crítico, como parceiros essenciais do processo de *accountability* dos *media*, para o que também algumas responsabilidades específicas lhes competem. Uma “ética do receptor”, de que cada vez mais se fala, tem também o seu lugar, e desafia-nos por exemplo a investir numa maior e mais exigente educação para os *media* que aumente a vontade e a capacidade de participação qualificada dos cidadãos:

A liberdade pública deveria ser algo mais do que a simples liberdade de carregar num botão ou cancelar a assinatura de um jornal. Deveria estimular-se uma mais activa liberdade do receptor, o

que implica o desenvolvimento de novas formas de participação pública. Para isso, a visão restritiva da clássica liberdade de imprensa não é suficiente (Bardoel, 2004: 175).

Apesar de o direito à informação ser um dos direitos básicos dos cidadãos, e como tal consagrado na Declaração Universal dos Direitos Humanos, “na prática o receptor ainda permanece muito à margem do processo da comunicação [pública]” (Bardoel, 2004: 175). Recolocá-lo mais no centro, além de ser algo que lhe é devido, pode simultaneamente ser muito útil aos próprios profissionais dos *media*, numa altura em que o enquadramento económico-empresarial em que se exerce a actividade tende a diminuir-lhes a indispensável autonomia. Como têm sublinhado diversos autores (Bardoel, 2004; Bertrand, 1999; Silverstone, 2004), públicos participativos, exigentes e críticos podem ser importantíssimos aliados dos jornalistas para fazerem um contrapeso às lógicas predominantes do mercado e do lucro e, com isso, permitirem que os profissionais (re)conquistem e preservem alguma da sua margem própria de funcionamento autónomo – embora *accountable* face às responsabilidades sociais, profissionais e morais assumidas.

Em resumo, diríamos, ainda com McQuail (2005: 250), que os *media* nas modernas sociedades acabam por ter de aceitar certos limites à sua liberdade, seja porque o poder que exercem não é sem consequências, seja porque há certos conteúdos e práticas socialmente desaprovados, seja porque os meios de comunicação são algo mais do que um simples negócio, seja finalmente porque o público não aceita uma liberdade irrestrita para os *media* quando ela conflitua com outros valores igualmente importantes. Por tudo isso, “o ‘bom comunicador’ num modelo ideal de comunicação pública aceita a *accountability*, não com vista a ‘ser bom’ como um fim em si próprio, mas com vista a atingir certos objectivos” (*ibid.*: 249). Claro que, por vezes, escapa a essa exigência: um dos riscos da existência de *media* livres é que isso implica também “o direito de eles serem ‘irresponsáveis’”, pelo que alguns abusos da sua autonomia acabam por ser “o preço necessário que pagamos pelos benefícios potenciais da invenção, criatividade, oposição, desvio e mudança” (McQuail, 1997: 528). Mais importante que isso, no entanto, será a questão de “saber se a liberdade de ser irresponsável, por um lado, e o poder de chamar os *media* a prestar contas, por outro, estão equitativamente repartidos” (*ibidem*):

Os *media* não estão fora da sociedade, antes são uma parte dela e não podem escapar às suas reivindicações ou ignorar a sua grelha de valores relativa à comunicação pública. Na prática, os debates acabam por ser não tanto quanto à própria ideia de ter ou não responsabilidades, mas quanto ao grau e ao tipo de obrigações que devem estar implicadas e quanto ao modo de as promover (McQuail, 2005: 249).

Isto aponta, de novo, para perspectivas ‘positivas’ da *accountability* que vão além das simples restrições ou proibições legais ou regulamentares: formas de prestação de contas que “recompensam o ‘bom’ comportamento dos *media* devem ser preferidas às que castigam as ofensas” (McQuail, 1997: 526), sobretudo se se pensar em termos de longo prazo e de melhoria global, estrutural, dos processos de comunicação pública.

3. De que se fala quando se fala de regulação?

Pressupondo que os *media* estão confrontados com um conjunto de responsabilidades, pressupondo, no seguimento, que elas implicam uma predisposição (mais ou menos extensiva, mais ou menos formal, mais ou menos voluntária) para a correlativa *accountability*, segue-se, então, a formulação dos mecanismos ou instrumentos concretos que dão corpo a essa exigência de prestação de contas pelos compromissos implícita ou explicitamente assumidos. E é assim que chegamos à questão da **regulação** dos *media*, entendida, de acordo com o que dissemos, como a enunciação e activação das modalidades práticas de prossecução e acompanhamento da liberdade de expressão e da liberdade de imprensa – e não como a sua pura, ou mais ou menos arbitrária, restrição.

Convém fazer alguma distinção entre o (desejável) processo de **regular** o funcionamento dos *media*, no sentido de promover modos concretos da sua necessária prestação de contas, e o (condenável) propósito de os **controlar**, no sentido de os censurar, manipular ou instrumentalizar para fins particulares. Embora os conceitos se aproximem, e por vezes se confundam, não são necessariamente, ou exactamente, a mesma coisa. A noção de controlo “envolve o uso de poder para obter, junto de outrem, determinado comportamento ou resultado desejados”, enquanto o princípio da *accountability* “tem a ver com garantir, da parte de alguém, uma explicação ou justificação das suas acções” (McQuail, 2005: 248). Por isso é que, ao contrário dos mecanismos de controlo típicos, a *accountability* se exerce basicamente “depois do evento”, e não antes (*ibidem*).

Ou seja, os *media* são livres de prosseguirem a sua actividade como entenderem – dentro dos grandes princípios genéricos definidos, que têm a ver com o respeito pelos direitos fundamentais –, mas espera-se que respondam depois pelos seus actos, se e quando eles contrariarem as responsabilidades ou expectativas associadas à sua função social. Diferente é a restrição prévia, por razões políticas, à abordagem de certos conteúdos

ou matérias, ou a obrigatoriedade da sua submissão a mecanismos de censura ou exame, própria de estados ou governos onde a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa estão sujeitas a formas de evidente controlo e condicionamento.

Também no que toca ao caso específico da auto-regulação dos *media*, Aznar (2005) prefere esta designação à de auto-controlo, embora reconheça que ambas por vezes são usadas como sinónimos. Na sua opinião, o termo auto-controlo “ajusta-se melhor a situações pontuais nas quais se exerce um controlo da conduta”, enquanto a auto-regulação aponta para uma capacidade de controlar a conduta não em situações isoladas mas num processo que se prolonga no tempo, sendo, além do mais, um processo que tem critérios conhecidos e publicitados, e que se dota de mecanismos permanentes destinados ao seu cumprimento (Aznar, 2005: 16). Naturalmente, qualquer iniciativa reguladora da actividade dos *media* acaba por ter sempre alguma força inibidora da acção – e, nesse sentido, pode dizer-se que em alguma medida funciona como um método de controlo, mesmo indirecto. Mas o seu propósito primeiro e directo não é controlar, no sentido de impedir ou proibir, e, sim, estabelecer mecanismos de responsabilização que recordem em todo o momento os princípios e valores enquadradores da comunicação no espaço público. Mesmo que o resultado atingido possa parecer semelhante, os caminhos por que se lá chega – e a atitude de base que se espera, com a correlativa motivação – são distintos.

3.1. Regulação ‘centrada’ ou ‘descentrada’

Independentemente destas *nuances*, a verdade é que quando se fala de regulação – entendida no sentido mais corrente de hetero-regulação, ou seja, de um conjunto de medidas legais e de mecanismos de fiscalização adoptados em sede de poder público para enquadrar, reger e sancionar o funcionamento de uma dada actividade –, fala-se habitualmente na chamada lógica “de controlo e comando” (Black, 2002: 2), associada a uma lógica de “regulação centrada” (centrada no Estado). Tanto assim é que as sensibilidades mais tributárias do pensamento liberal, ao clamarem por uma sociedade menos regulada, ou desregulada, estão normalmente a clamar apenas por uma menor intervenção *do Estado* nas esferas da vida social, e sobretudo na esfera económica. Ou seja: induzem a ideia de que, deixando de existir normas ou mecanismos de regulação emanados do Estado / do Governo, a sociedade passará a viver “desregulada”, com o que isso significa de supostamente livre de quaisquer constrangimentos. Ora, pelo contrário, a inexistência de instrumentos formais de regulação oriundos do poder político leva

frequentemente a que a sociedade continue regulada, se não **de direito**, certamente **de facto** – regulada por mecanismos menos formais, menos visíveis, menos claros, mas nem por isso menos intensos e actuantes (como é o caso dos fortíssimos mecanismos do mercado). A pressão no sentido de uma total ausência de regulação, nas sociedades contemporâneas, não implica necessariamente – e, sobretudo, não implica para todos os cidadãos, em especial os económica e culturalmente menos favorecidos – uma maior liberdade real, mesmo que sugira uma maior liberdade formal. Porque, de facto, a sociedade acaba por estar regulada, de modo mais ou menos explícito, por um conjunto de centros de poder e instâncias de interacção que vão muito para além das medidas legais ou regulamentares adoptadas por um governo.

Daí que autores como Black (2002), venham insistindo na necessidade de redefinir o próprio conceito de regulação, passando de uma visão exclusivamente centrada no Estado (e de uma inerente lógica de “controlo e comando”) para uma visão alternativa de “**regulação descentrada**”, no pressuposto de que há muita actividade de regulação espalhada difusamente pela sociedade, decorrente dos seus múltiplos centros de poder formal ou informal, das interacções sociais, dos padrões culturais, das relações de dominação, das formas de vida em comunidade, etc. Neste sentido, será bastante redutor – para não dizer enganador – encarar também a relação entre o governo e a sociedade como uma mera relação unidireccional e vertical, “de cima para baixo”, em que uma parte regularia e outra se deixaria regular, sem mais complicações. A perspectiva ‘descentrada’ destas questões quer ir mais longe e, no caso específico da regulação, procura “reconhecer melhor como é que certas formas de poder e de controlo são exercidas através da sociedade” (Black, 2002: 3), para além do esquema vertical tradicional:

As perspectivas descentradas não partilham nem os pressupostos nem o diagnóstico da análise ‘centrada’ da regulação, e apontam para um conjunto muito mais vasto de técnicas do que as simples ‘regras acompanhadas de sanções’ típicas do modelo ‘controlo e comando’ da regulação (Black, 2002: 3).

Seguindo o raciocínio de Black (*ibidem*), a ultrapassagem da noção simples de regulação ‘centrada’ no Estado para uma visão de regulação mais ampla, ‘descentrada’, é justificada por um conjunto de características observáveis nas sociedades modernas, que ela sintetiza em cinco: complexidade, fragmentação, autonomia e ingovernabilidade, interacções e interdependências, e rejeição de uma distinção absoluta entre público e privado. A primeira aponta para o facto de haver, hoje, uma crescente consciência de que “os problemas sociais são o resultado de variados factores que interagem entre si” de modo

complexo (Black, 2000: 3) e que os actores sociais se relacionam, tanto entre si como com os sistemas em que estão enquadrados, de modo muito dinâmico, “produzindo uma constante tensão entre instabilidade e mudança” (*ibidem*). A segunda sugere que há actualmente uma grande fragmentação, seja do conhecimento, seja do poder e do controlo, de tal modo que nenhum actor singular – nem sequer o governo – tem “todo o conhecimento requerido para resolver problemas complexos, diversos e dinâmicos”, nem tem “a visão de conjunto necessária” para empregar todos os instrumentos exigidos para fazer uma regulação eficaz. E, no que respeita ao poder e ao controlo, recorda que nenhum governo detém, hoje em dia, o monopólio do seu exercício:

Como muitos já observaram, os sistemas regulatórios que existem no interior das esferas sociais são vistos como tão importantes, ou até mais importantes, para o ordenamento social do que o ordenamento formal oriundo do Estado. A regulação ocorre em muitos espaços, em muitos fóruns; há ‘regulação em muitas salas’ (Black, 2000: 4).

Quanto à característica de autonomia e ingovernabilidade, sublinha-se que tanto os actores sociais como os sistemas também se auto-regulam e que, por outro lado, os mecanismos de regulação exteriores nem sempre produzem neles apenas os efeitos esperados, sendo que por vezes não produzem simplesmente efeito nenhum. E isto liga-se com o quarto factor, o das interacções e interdependências entre os actores sociais, que influenciam fortemente os mecanismos reguladores, a sua génese, o seu funcionamento e a sua eficácia. A regulação é um processo “co-produzido”, é um processo “com dois, três ou quatro sentidos”, como defende Black (*ibid.*: 5), acrescentando:

Mas a relação [entre regulador e regulado] não deve ser olhada como uma relação em que a sociedade tem problemas (necessidades) e o governo tem capacidades (soluções). Pelo contrário, ambos os pólos devem ser olhados como tendo tanto problemas (necessidades) como capacidades (soluções), e como sendo mutuamente dependentes um do outro para a sua resolução e utilização (Black, 2000: 5).

Finalmente, uma visão ‘descentrada’ da regulação decorre também da constatação de que as esferas pública e privada são hoje menos distintas e distantes, em termos sócio-políticos, pelo que o próprio papel das autoridades formais (tradicionalmente as únicas responsáveis pela governação e pela regulação) acaba por ser repensado. Na análise ‘descentrada’, a “regulação ‘acontece’ mesmo na ausência de sanções legais formais”, pois é em grande parte “o produto de interacções, e não o exercício da autoridade formal, constitucionalmente reconhecida, do governo” (*ibid.*: 6). A existência crescente de organizações híbridas que combinam actores governamentais e não-governamentais, bem como o progressivo funcionamento dos actores sociais “em rede”, são disso prova. E

apontam para um entendimento da regulação que não envolve necessariamente só o Estado, antes sugerindo que “o próprio Estado pode também ser sujeito a ela” (*ibid.*: 8).

Esta perspectiva mais globalizante aponta ainda para um repensar dos objectivos normativos a que tradicionalmente se associa a regulação. Se, de acordo com certas opiniões, regular continua a ser essencialmente garantir o bem-estar económico e corrigir as insuficiências ou desvios do mercado – prosseguindo, por outros caminhos, aquilo que era directamente assegurado pelo “Estado do bem-estar” –, cada vez mais começam a associar-se-lhe outros objectivos, nomeadamente a gestão e distribuição do risco na vida social, o acesso à justiça, à informação, à cultura, à livre expressão de diferenças, à qualidade de vida, enfim, a prossecução da justiça social nas suas mais variadas formas⁸.

O aspecto essencial que aqui importará reter é que as relações entre o Estado e a sociedade, bem como as relações no interior da própria sociedade, são mais complexas e multifacetadas do que por vezes parecem fazer-nos crer. Daí, também, a complexidade e variedade com que se exercem os múltiplos mecanismos de poder:

Se queremos tentar entender como é que as diversas formas de controlo são exercidas no seio da sociedade contemporânea e como os padrões de ordenamento são estruturados e facilitados (...), precisamos de um entendimento da ‘regulação’ (ou qualquer outro nome que queiramos chamar-lhe) que não a encare como uma actividade unicamente do Estado. Se ‘regulação’ se mantém um conceito inerentemente ligado ao Estado, então, ao tentar analisá-lo, será muito difícil compreender – ou até reconhecer – certas formas contemporâneas de regulamentação [*rule*] (Black, 2000: 17).

Por isso dizíamos atrás que a insistência das correntes liberais ou “libertárias” numa sociedade ‘desregulada’ – que, para elas, não significa mais do que uma sociedade liberta de instrumentos ou mecanismos de **regulação estatal** – pode, de facto, induzir em erro, pois escamoteia todas essas “diversas formas de controlo” presentes em múltiplos níveis da vida social, e em especial numa esfera económica dominada exclusiva ou predominantemente pela lógica muito própria de um mercado livre e concorrencial.

⁸ Black (2000) sustenta que ao “Estado do bem-estar” [*welfare state*] se sucedeu o “Estado regulador” [*regulatory state*], onde a mudança foi essencialmente uma mudança de estilo de governação: passou-se do fornecimento directo de serviços públicos para o seu fornecimento a cargo de entidades privadas, mas sob supervisão do governo, pelo que a “regulação” apenas cobriria, aqui, as funções já anteriormente asseguradas pelo Estado. “Regulação” não seria, pois, mais do que “o controlo de negócios que fornecem bens e serviços de utilidade pública” (Black, 2000: 11). Pelo contrário, um “Estado neo-regulador” [*new regulatory state*] vai já um pouco noutro sentido, pois alarga o campo social em que ocorrem iniciativas de regulação a outros domínios além do económico (à justiça, à família, à reprodução, etc.) e, simultaneamente, reconhece que a acção reguladora não se restringe ao Estado, mas alarga-se a outros “actores” e a outros “factores” (normas, cultura, etc.).

3.2. Regulação e “mercado livre das ideias”

A tese do “mercado livre”, entretanto, não se restringe ao sector da economia e da transacção de bens e serviços sujeita a nenhuma outra lei que não a da oferta e da procura. Ela foi, desde as suas origens históricas que remontam a pensadores como Milton e Stuart Mill, associada também à esfera da política e, designadamente, da chamada “teoria democrática”, alicerçada na convicção de que uma totalmente livre troca de ideias e opiniões no espaço público acabaria por conduzir, como que automaticamente, à vitória das ‘certas’ sobre as ‘erradas’, sem necessidade de mecanismos de proibição ou limitação das liberdades individuais de expressão e de acção. Também por isso é que “a metáfora do ‘mercado livre das ideias’ é um dos conceitos fundadores ligados à regulação da comunicação” (Napoli, 1999: 151).

O curioso é que, no que toca especificamente à área dos *media* e da sua regulação, esta metáfora do “mercado livre das ideias” passou a ser invocada tanto pelo lado da sua ligação à teoria democrática – que enfatiza a importância do conhecimento para os cidadãos, bem como da tomada de decisões adequadamente informada e da capacidade de auto-governo –, como por uma crescente articulação com a teoria económica – que enfatiza a eficiência, a satisfação do consumidor e a concorrência. Por um lado, não se esquece o papel dos meios de comunicação enquanto produto **intelectual** – orientado para **cidadãos** –, constituindo-se num espaço privilegiado de difusão e troca de informações, ideias e opiniões, essenciais à consolidação de uma esfera pública consciente, crítica e participada; por outro lado, foi-se sublinhando cada vez mais o papel dos meios de comunicação enquanto produto **comercial** – orientado para **consumidores** –, tratado como mercadoria transaccionada num mercado concorrencial, empenhada em satisfazer os gostos e expectativas de quem compra. Num e noutro caso, o pressuposto é o de que o mercado deixará vir ao de cima os ‘melhores’ e acabará por deixar desaparecer os ‘piores’. Pode dizer-se que a componente económica progressivamente associada a este “mercado livre das ideias” acabou por prevalecer nas correntes do pensamento neo-liberal, focando-se, no que aos *media* diz respeito, “exclusivamente numa eficiente troca de bens e serviços, sem o reconhecimento de uma mais ampla função democrática” (*ibid.*: 155). Assim, no seguimento desta nova lógica,

o mercado livre é simplesmente um lugar onde são trocados bens de acordo com as leis da oferta e da procura, com base na assunção de que qualquer ideia ou conteúdo será fornecido enquanto houver suficientes consumidores que o comprem e tornem tal fornecimento lucrativo. De um ponto de vista da aplicação [do conceito de ‘mercado livre das ideias’], esta interpretação

económica altera os seus objectivos políticos últimos, abandonando o objectivo de uma capacidade informada de auto-governo dos cidadãos para os objectivos de troca eficiente de bens e de maximização da satisfação dos consumidores (Napoli, 1999: 155).

Esta abordagem tem as suas implicações no papel conferido à regulação, pois sugere que o “mercado livre das ideias” seja tratado exactamente, e só, como qualquer outro mercado de produtos para comprar e vender. Assim, os princípios orientadores de quem tenha a tarefa da regulação (nesta lógica, naturalmente o Estado) acabam por ser apenas os de “promover a livre concorrência e maximizar o bem-estar dos consumidores” (*ibidem*). É, afinal, o princípio, tantas vezes invocado e glosado pelos defensores desta perspectiva, de que **“apenas o interesse do público define o interesse público”**. E que, como se compreende, aponta pouco para formas de regulação das indústrias de comunicação (ou, mais especificamente, para formas de regulação que extravasem da esfera estritamente económica do negócio) e muito para a sua maior ‘desregulação’ possível, em favor do tal mercado livre.

Do que aqui fica exposto, parece mais profícuo e adequado encarar a regulação dos *media* como um processo lato, vários, ‘descentrado’, que se desenvolve em diferentes níveis e instâncias, mobilizando diferentes actores – dos quais o Estado é apenas um. Quer isto dizer que a regulação entendida no seu sentido mais comum – ou seja, como hetero-regulação dimanada dos poderes político e judicial – de modo nenhum esgota a acção reguladora com incidência (real e possível) nos meios de comunicação social. Aliás, é também porque certos mecanismos efectivamente reguladores, mesmo informais, se fazem sentir no sector com muita força, que pode ser necessário um esforço adicional – do Estado mas igualmente da sociedade, e muito em especial dos profissionais do sector, no âmbito da auto-regulação – para os contrabalançar e para minorar os seus efeitos negativos. Nesse sentido, a regulação não deverá restringir-se à esfera económica, na medida em que a informação mediatizada é algo mais do que uma simples mercadoria de consumo, nem deverá resumir-se a uma lógica proibição; pelo contrário, deve reconhecer também o papel dos *media* na (in)formação de uma opinião pública de cidadãos responsáveis, exigentes e autónomos, e preocupar-se também com uma lógica de promoção e estímulo das boas práticas que dêem corpo efectivo à sua responsabilidade social.

Retomaríamos, então, as propostas de Black (2000) quanto a um entendimento ‘descentrado’ da regulação e quanto à necessária atenção a outros sistemas, outros actores e outras inter-relações que também se lhe devem associar. Para além dos mecanismos e instrumentos formais de regulação, há que levar em linha de conta outros mecanismos

informais de controlo social, que existem, de facto, e ‘regulam’ muita da nossa vida e das nossas relações. Há ainda, para além das instâncias várias de controlo social, mecanismos informais de outro tipo que afectam e condicionam a nossa relação com os *media* – falámos atrás das tão fortes como subtis ‘leis’ do **mercado**, podemos falar da influência sempre crescente das **tecnologias**. Se eles podem não ser classificados exactamente como instrumentos de regulação, no sentido estrito do termo, não é menos certo que impõem frequentemente a sua presença, de tal modo que podem e devem eles mesmos ser, as mais das vezes, objecto também de algum tipo de regulação:

A regulação é uma actividade que se estende para além do Estado e pode, portanto, (...) abarcar uma grande variedade de formas de relação entre o Estado, a lei e a sociedade. Ela possibilita-nos a identificação, criação e análise de arranjos regulatórios que envolvem interacções complexas entre o Estado e actores não-estatais, permitindo que uns e outros sejam encarados simultaneamente como reguladores e como regulados (Black, 2000: 21).

Regulação e lei não são, entretanto, a mesma coisa – embora a primeira assuma frequentemente formas da segunda. Se tudo o que é lei serve também o propósito de regular, e regular com carácter universal e força obrigatória geral, nem tudo o que nasce da regulação assume um desenho legal. Aliás, conforme vimos no capítulo anterior, pode haver até situações em que determinados objectivos do foro ético, elaborados e assumidos num contexto de regulação (ou, mais especificamente, de auto-regulação), colidem com prescrições legais e podem até induzir ao seu desrespeito, mesmo com consequências gravosas no plano pessoal para os autores dessa transgressão. O domínio do que “deve ou não deve” fazer-se é muitas vezes mais lato e mais exigente do que o domínio do que estritamente “pode ou não pode” fazer-se, além de que os propósitos reguladores contêm também uma faceta de estímulo àquilo que é mais desejável prosseguir – não sendo fácil, por isso, limitá-los (como sucede com a lei) ao que taxativamente é proibido ou permitido.

3.3. Uma questão também moral

Servem estas reflexões para colocarmos uma última questão, que é a da componente **moral** associada (ou associável) à regulação. Como diz Silverstone (2004),

[a] regulação foi sempre tratada como uma actividade técnica. Sugerir que também devia ser uma actividade moral tem os seus perigos. Mas são perigos que devem ser confrontados. O que falta muito frequentemente no discurso regulatório é a pergunta: regulação para quê, e para quem? (Silverstone, 2004: 446).

A preocupação essencial enunciada pelo autor é de que a regulação não se empenhe apenas em que tenhamos *media* mais responsáveis e mais *accountable*,

individual e concretamente considerados, mas em que tenhamos, de modo mais lato, uma “cultura mediática” [*media culture*] igualmente responsável e *accountable*. E isto, diz, é uma coisa totalmente diferente, pois é algo que “depende de uma cidadania crítica e com literacia” – crítica e com literacia especificamente quanto às questões da “mediação de massas” e dos modos de “representação dos *media*” (Silverstone, 2004: 440).

Ora, no centro desta literacia para os *media* deve estar, acrescenta, um “discurso moral que reconhece a nossa responsabilidade para com a outra pessoa”, sendo certo que os *media* são, hoje em dia, um elemento essencial para a nossa capacidade de ser e agir no mundo – como já há décadas sublinhou Marshall McLuhan – e que “o ambiente cultural mediatizado é tão significativo para a condição humana como é o ambiente natural” (*ibid.*: 441). Daí que esta abordagem **ecológica** da presença e influência dos meios de comunicação social nas nossas vidas conduza Silverstone à formulação das perguntas que considera fundamentais para equacionar o problema global da regulação dos *media* – ou, ainda mais latamente, da regulação da sua cultura específica:

Quem é o cidadão, nos nossos dias? E de que modo é que o seu estatuto como cidadão é afectado pelos *media*, tanto os novos como os velhos, tanto os de difusão como os interactivos? Em que sentidos é que os *media* reforçam ou enfraquecem a nossa capacidade de nos relacionarmos uns com os outros enquanto cidadãos, mas também enquanto seres humanos? Em que sentidos é que eles nos capacitam ou desqualificam, enquanto seres éticos, na nossa relação com o mundo? (Silverstone, 2004: 441-442)

Segundo esta perspectiva, as questões da regulação dos *media* não devem ficar confinadas apenas à sua produção e ao seu conteúdo – sabe-se hoje que os efeitos dos conteúdos sobre as audiências não são propriamente um processo directo, simples e imediato, havendo muitos outros factores que temperam o maior ou menor poder de influência dos *media* –, mas devem alargar-se decisivamente ao desenvolvimento de uma “literacia crítica” da comunicação mediatizada e de um “sentido cívico” que acentue as responsabilidades que cada um deve sentir pelo outro, mais próximo ou mais distante, com quem partilha o sentido de humanidade.

Silverstone recorda os enormes esforços de alfabetização feitos nos finais do século XIX, no contexto da industrialização das sociedades, da expansão urbana e da afirmação dos Estados-nação, considerando que essa aposta numa literacia mais disseminada (que, recorde-se, passou decisivamente pela capacidade de ler jornais e pela consequente expansão massiva destes) teve também alguns contornos de projecto regulatório: uma maior capacidade de participação é, simultaneamente, “potenciadora e constrangedora” (Silverstone, 2004: 447). Esse desenvolvimento da literacia aumentou a capacidade de

participação cívica, mas serviu igualmente para que o Estado aproximasse os eleitores dos seus programas de acção, aprofundasse uma identidade cultural comum, estimulasse uma maior coesão social, homogeneizasse comunidades e estilos de vida, com o que tudo isso trouxe de vantagens e de perdas.

Hoje, nos inícios do século XXI, já não se põe tanto a questão do Estado-nação mas, em contrapartida, põem-se questões bem mais complexas de esbatimento ou anulação de fronteiras, de massificação à escala mundial, de globalização política, económica e cultural. E, no caso da literacia, se esta já não é requerida no sentido literal para o texto escrito, é mais necessária (e bem mais difícil) para os variados tipos de **textos** que as novas tecnologias vêm desenvolvendo e distribuindo por cada um de nós a grande velocidade – e é, sobretudo, necessária para a adequada decifração das mensagens mediatizadas por onde passa o essencial da nossa aproximação ao mundo que nos rodeia. Trata-se de um tipo de literacia que, em muitos casos, continua a ser olhada como essencialmente técnica, mas cuja compreensão efectiva reclama competências bem mais sofisticadas:

Quer quanto aos velhos *media* quer quanto aos novos, tem sido dada muito pouca atenção à literacia dos *media* enquanto actividade crítica. Tem sido dada muito pouca atenção à literacia dos *media* enquanto actividade cívica. Tem sido dada muito pouca atenção crítica quer à literacia ou ao sentido cívico como uma alternativa à panaceia da regulação dos *media*, quer quanto à possibilidade de desenvolver uma ‘agenda’ ética capaz de informar um tal projecto (Silverstone, 2004: 447).

É de uma “**ética das audiências**” que aqui se fala, sublinhando-se que os consumidores dos produtos e serviços de comunicação de massas têm igualmente, neste processo, as suas responsabilidades. Tal como a *performance* profissional dos *media*, também o próprio consumo de *media* deve ser visto, no dizer de Cees Hamelink (*apud* Silverstone, *ibid.*: 448), “como uma prática social que implica escolhas morais e a assunção de que se deve responder por tais escolhas”. Uma adequada e aprofundada literacia dos *media* faz parte desta responsabilidade, na medida em que potencia algo de muito importante e necessário: potencia “uma compreensão da não-transparência dos *media* e das implicações morais dessa não-transparência”, potencia “uma compreensão da mediação como um processo social e político”, potencia “o desenvolvimento de uma moral de responsabilidade e de participação baseada numa relação crítica com a mediação enquanto componente central da gestão tanto do Estado e da política global, como da vida quotidiana, tanto do sistema como do mundo da vida” (*ibidem*). Ou seja, potencia o aprofundamento de um sentido cívico ajustado ao século XXI e ao cenário multi-mediatizado que lhe é tão característico.

Para chegar a estes desafios, Silverstone recorda que a regulação é um assunto tanto público como privado: discute-se nos grandes fóruns políticos nacionais e internacionais (os debates mais recentes sobre a eventual instalação de um *V-chip* que regulamente o livre acesso à Internet são disso exemplo) e discute-se na sala de estar de muitas famílias, a propósito do que ver ou não ver, e deixar ou não deixar ver, e como, e com que polémicas ou consequências. Em ambas as situações, diz, o que está em causa são “os direitos, e o controlo, sobre a representação” que nos é feita do mundo. E nessas representações o que está em causa são “os direitos de definir uma relação”: relação entre o que é conhecido ou desconhecido, entre o que é valorizado ou desvalorizado, entre o que se crê ser verdadeiro ou falso, entre o que se quer saber e o que se quer ignorar do resto do mundo. Ou seja, “o que está em causa, nestes momentos e mecanismos de regulação, é essencialmente uma *ordem moral*” (*ibid.*: 443, realce nosso).

O autor recorda, por outro lado, que estamos todos cada vez mais dependentes do mundo mediatizado que pontua o nosso quotidiano, mas isso não significa necessariamente que estejamos mais próximos “do outro” ou sintamos maior responsabilidade por ele, enquanto seres humanos solidários, e nos preocupemos realmente com ele. A comunicação e os *media*, salienta a propósito, têm essa curiosa dupla vida: tanto ligam as pessoas como as separam (o uso da informação mediada por computador, e em particular da Internet, é disso um eloquente exemplo, sugerindo-nos de modo bastante claro que não devemos confundir **ligação** com **proximidade**). O mundo que nos é dado conhecer através dos *media* – num processo que envolve constantemente uma espécie de “negociação entre o familiar e o estranho” (*ibid.*: 445) – acaba por ter em nós efeitos aparentemente contraditórios, ora afastando-nos demasiado de umas realidades, ora identificando-nos excessivamente com outras. Por um lado, cria, segundo Silverstone (*ibidem*), uma “**imoralidade de distância**”, ao transmitir-nos representações (sobretudo em cenários de guerra, de tragédia, de miséria) de um mundo e de vidas humanas muito longínquos, afastados da nossa capacidade efectiva de cuidado ou de compaixão, logo, fora do alcance de qualquer acção significativa da nossa parte. Por outro lado, em cenários mais próximos de nós e mais familiares ao nosso quotidiano, cria, pelo contrário, uma espécie de “**imoralidade de identidade**”, homogeneizando pessoas, comunidades e culturas, massificando tudo, mostrando o “outro” como igual a nós e não como “diferente”, seja nas notícias, nos documentários ou na publicidade, resistindo a reconhecer (e muito menos a valorizar) o que nos é de algum modo estranho.

Num caso e noutro, “perdem-se tanto o sentido de comunalidade como o sentido de diferença que deveriam informar a ética da nossa vida no mundo” (*ibidem*). Daí que o autor proponha o conceito alternativo, feito ponto de equilíbrio, de “**distância adequada**” [*proper distance*], como uma espécie de ferramenta que nos permita “reparar os falhanços na nossa comunicação com, e acerca de, outras pessoas e outras culturas”, bem como na nossa visão global do mundo, “de modo que a nossa capacidade de agir nele seja preservada e reforçada” (*ibidem*).

O meu ponto é que a distância não é só uma categoria material, geográfica ou até social, mas sim (...) uma categoria moral. A ultrapassagem da distância requer mais do que tecnologia e requer até mais do que a criação de uma esfera pública. Requer aquilo a que chamo distância adequada [*proper distance*]. A distância adequada é a noção crítica que implica e envolve uma procura de suficiente conhecimento e compreensão da outra pessoa e da outra cultura em ordem a dar-nos sentido de responsabilidade e de preocupação [*care*] por elas, assim como em ordem a capacitar-nos para um tipo de acção que, informado por esse entendimento, é por sua vez também capacitador. Precisamos de estar próximos, mas não demasiado próximos, e distantes, mas não demasiado distantes (Silverstone, 2004: 444).

A noção de “distância adequada” procura, assim, comprometer-nos numa espécie de convergência entre o público e o privado, entre o pessoal e o social. E é neste interface que os cidadãos, enquanto seres sociais, precisam de se confrontar com uma exigência moral adequada às condições “tanto da mediação do mundo como do mundo mediado que delas resulta, o mundo através do qual nos é mostrada a outra pessoa – como que através de um vidro escuro” (*ibid.*: 445). O sentido de uma “distância adequada” é, portanto, também ele “um sentido moral”, no qual “a relação entre proximidade e distância é mediada por uma justa medida de compreensão, responsabilidade e preocupação [*care*]” (*ibid.*: 448). Ele implica que nos empenhemos em saber uns dos outros – os ‘iguais’ e os ‘diferentes’ – o suficiente para podermos ter uma visão permanentemente crítica das representações que os *media* fazem desses outros.

É neste cenário lato e ambicioso que também se coloca a questão da regulação dos *media* (mais no sentido de atenção à “cultura mediática” do que aos *media* individualmente considerados), uma regulação exercida por via indirecta, ou seja, por força da maior capacitação dos públicos para ‘lerem’ com distanciamento e sentido crítico o mundo que lhes é trazido pelas representações da comunicação de massas, bem como para assumirem as suas responsabilidades cívicas de participação nos espaços comuns e de preocupação com o outro – próximo mas diferente, distante mas concreto:

Os nossos impulsos regulatórios precisam de ser simultaneamente informados e moderados por estas preocupações. Cidadania requer responsabilidade, e exercer bem tal responsabilidade implica, por sua vez, a necessidade de sermos capazes de ver o mundo e de ver através das representações limitadas e inadequadas que dele nos fazem os *media*. (...) A regulação não é apenas

uma questão de produção. (...) São os interesses e os entendimentos das audiências e dos usuários, as exigências urgentes de cidadania, que devem continuar a balizar e cada vez mais a determinar o processo regulador (ibid.: 448-449).

E a aposta numa crescente “literacia crítica” dos *media*, associada à consciência das responsabilidades que, enquanto seres humanos, devemos sentir para com os que partilham connosco essa humanidade – recorde-se, a este propósito, o que escrevemos no capítulo anterior quanto a um “mínimo ético comum”, traduzível no respeito por algumas proto-normas morais universais características do humano enquanto humano –, pode ser, nas sociedades fortemente mediatizadas do século XXI, um instrumento de enorme valia.

4. O lugar da hetero-regulação

Embora o objectivo deste trabalho aponte sobretudo para a auto-regulação, enquanto processo supostamente mais adequado (ainda que com limites e insuficiências) para lidar com os desafios éticos e deontológicos que se colocam ao jornalismo, parece-nos útil dedicar algumas linhas às outras modalidades formais de regulação, designadamente à hetero-regulação operada por via dos poderes públicos, e em particular pelo Estado.

Desde logo – e no seguimento do que já escrevemos sobre a exigência de *accountability* –, a regulação dos *media* deve também ser olhada em termos globais, como um conjunto variado de instrumentos e mecanismos, com diferentes origens e diferentes graus de compulsão, com isso se atingindo um conjunto mais equilibrado em que certas partes contrabalançam e temperam outras. É, afinal, um processo integrado de *checks and balances* que, por assim dizer, reparte o poder de regular os *media* pelos seus múltiplos protagonistas, directos ou indirectos – o Estado, o mercado, as empresas, os profissionais, os públicos, a sociedade no seu todo –, impedindo que algum deles ganhe uma proeminência excessiva na defesa parcelar dos bens que mais especificamente está vocacionado para preservar. O pano de fundo é sempre a gestão do binómio liberdade-responsabilidade nas suas variadíssimas declinações: a tal busca da “quadratura do círculo” a que se refere McQuail (1997) ou, nas palavras hoje mais moderadas de um tradicionalmente irredutível “libertário” como John Merrill (1989b), a constante procura de uma “síntese dialéctica” entre esses dois pólos que são muito importantes “agentes de tensão” no jornalismo, que permanentemente se confrontam mas em que um nunca derrota

completamente o outro nem se deixa derrotar completamente por ele – ou seja, agentes de uma “tensão criativa” (Johannesen, 2001: 207). E se alguns dos actores do campo mediático são sensíveis prioritariamente ao pólo da liberdade (por exemplo as empresas de *media* e os profissionais, nem sempre necessariamente pelas mesmas razões), com isso tendendo a pronunciar-se sobretudo em favor da auto-regulação, outros actores mostram-se mais sensíveis ao pólo da responsabilidade (por exemplo o Estado e os públicos), sugerindo pelo seu lado a necessidade de instrumentos hetero-reguladores que o preservem também. Há uma diferença de ênfase entre falar de “**responsabilidade, sim, mas livre**” ou de “**liberdade, sim, mas responsável**”, e é na confluência – ora mais tensa, ora mais pacífica – destas duas sensibilidades que se encontra o modo equilibrado de enquadrar o funcionamento dos *media* e do jornalismo sem hipotecar, ameaçar ou destruir qualquer dos seus valores e papéis essenciais.

Além disso, a própria história ensina-nos que as lógicas e as iniciativas hetero-reguladoras sobre os *media*, em múltiplas circunstâncias, ganharam tanto maior preponderância (e até apoio social) quanto menos se desenvolveram efectivos mecanismos auto-reguladores – ou foram pouco além de intenções pias sem incidência efectiva. Não quer isto dizer que a hetero-regulação estatal seja, na nossa opinião, algo com carácter apenas supletivo: numa sociedade democrática, em certos domínios ou a certos níveis de funcionamento dos *media* (tal como de outros sectores socialmente relevantes como os da saúde, da educação ou da cultura, onde frequentemente até coexistem serviços prestados por entidades públicas e por entidades privadas), é difícil recusar liminarmente qualquer tipo de intervenção reguladora do Estado destinada a acautelar o interesse público nos seus elementos fundamentais. Não obstante, sobra depois, para além dessa espécie de “mínimo de garantia”, um vasto campo de questões que podem lançar dúvidas sobre o exercício efectivamente livre e responsável do jornalismo, e nas quais historicamente o Estado se sente sempre tentado a intervir quando constata (ou pretende fazer crer) que os seus protagonistas directos não se auto-regulam eficazmente.

De modo inverso, também ao longo das últimas décadas se tem assistido frequentemente a esforços (mais ou menos genuínos, mais ou menos consequentes) dos profissionais e das empresas de *media* no sentido da auto-regulação precisamente com o argumento ‘defensivo’ de que, se não o fizerem, darão ao Estado o motivo que ele porventura espera para regulamentar ainda mais a actividade, mesmo em domínios (profissional, ético-deontológico, disciplinar) que tipicamente cairiam sob a alçada da auto-regulação – ou de mecanismos de co-regulação em que, por iniciativa dos próprios

profissionais, se convocasse também a participação qualificada dos públicos e instituições sociais para a monitorização e avaliação conjunta dos padrões de qualidade e exigência requeridos ao jornalismo. Acresce que, nestes casos, uma maior intervenção do poder político no sector dos *media* acaba quase por ser reclamada (e aplaudida) por vastos sectores da sociedade, nem sempre com real consciência dos riscos potenciais daí advindos, o que dá a medida de alguma descredibilização da imagem dos profissionais – e das empresas – aos olhos da sociedade, no que tem a ver com genuínos propósitos auto-reguladores. E esta erosão de uma relação de confiança entre os públicos e o jornalismo, baseada nas ideias de que não estarão a ser respeitados princípios nucleares do *métier* e de que os próprios jornalistas não aparentam preocupar-se muito com esse facto, é algo com consequências muito nefastas para a qualidade e para a dinâmica do espaço público.

4.1. Sistemas políticos e modelos mediáticos

A maior ou menor presença do Estado no sector dos *media*, bem como as modalidades específicas que assume essa presença, foram variando bastante conforme os tempos e os lugares, o que atesta também a diferença de ideias e perspectivas quanto ao papel da imprensa na sociedade e quanto às relações que com ela devem estabelecer os poderes constituídos (O'Malley & Soley, 2000; Hallin & Mancini, 2004). Seja em função das épocas históricas e dos desenvolvimentos específicos vividos por diferentes países, seja em função das particularidades dos sistemas políticos adoptados, até nas democracias ocidentais de tradição mais ou menos liberal que nos são mais próximas (e em que Portugal se integra) é possível encontrar modelos razoavelmente diversos de articulação entre o Estado e os *media*, com tradução nos esquemas de (hetero)regulação adoptados. Aliás, entre os dois universos – o do sistema político e o do sistema mediático – é possível descortinar, no decurso do tempo, relações complexas de causa e efeito, sendo certo que o primeiro condiciona de algum modo o segundo, mas o segundo não é também imune (e muito menos nas décadas mais recentes, em que a comunicação no espaço público adquiriu uma relevância ímpar) às influências directas ou indirectas do primeiro.

Numa obra recente, Daniel Hallin e Paolo Mancini (2004) dedicaram-se a comparar os diferentes sistemas de *media* que, em sua opinião, é possível encontrar no espaço relativamente comum da Europa Ocidental e América do Norte (Estados Unidos e Canadá). Mais propriamente, cuidaram de investigar se era possível (tal como defendia a sua hipótese de partida) identificar “ligações sistemáticas entre as estruturas políticas e as

dos *mass media*” e, em particular, se faria sentido “pensar em termos de modelos distintos de jornalismo e de uma relação *media*-política” (Hallin & Mancini, 2004: xiii). Não deixam, entretanto, de ressaltar que o seu propósito primeiro (ao contrário do subjacente à célebre obra *Four Theories of the Press*⁹) “não é avaliar os sistemas de *media* por relação com um ideal normativo”, mas tão-só “analisar o seu desenvolvimento histórico enquanto instituições no interior de contextos sociais particulares” (*ibid.*: 14):

Queremos perceber porque é que eles [os sistemas de *media*] se desenvolveram dos modos particulares como se desenvolveram; que papéis desempenham efectivamente na vida política, social e económica; e que padrões de relacionamento têm com outras instituições sociais. Os nossos modelos de jornalismo devem ser entendidos como modelos empíricos e não normativos (*ibidem*).

A grelha escolhida por estes autores para comparar os sistemas mediáticos dos diferentes países (ou conjuntos de países) e, no seguimento, tentar encontrar diferentes modelos-tipo, integra quatro dimensões, analisadas tanto na sua evolução histórica como na sua configuração actual: **(1) o desenvolvimento dos mercados de *media*** (com especial ênfase no maior ou menor desenvolvimento de uma imprensa de efectiva circulação de massas), **(2) o paralelismo político** (entendido como o maior ou menor grau em que o sistema mediático reflecte e “duplica” as grandes divisões políticas na sociedade), **(3) o desenvolvimento do profissionalismo entre os jornalistas** (com particular atenção aos três factores-chave associados à lógica de profissionalização: a autonomia, a assunção de normas de conduta profissionais e éticas, e a orientação para a prestação de um serviço público), e, finalmente, **(4) o grau e natureza da intervenção estatal no sistema mediático** (especialmente visível nos diversos modelos adoptado para a gestão do serviço público de rádio e televisão, mas também na maior ou menor extensão da legislação específica para o sector dos *media* e no desenho específico dos organismos administrativos

⁹ Os dois autores sublinham o papel importante desempenhado por este clássico, datado de 1956, considerando que ele lidava em parte com as mesmas questões que agora os interessam, mas distanciam-se do projecto em alguns aspectos essenciais. Por um lado, recusam a perspectiva normativa que o enformava, optando por uma abordagem analítica e descritiva dos diversos modelos comparados. Por outro lado, sugerem (tal como outros autores – ver, a propósito, o que escrevemos sobre o assunto no capítulo IV) que *Four Theories of the Press*, além de ser uma obra fortemente datada e influenciada pelo contexto político global decorrente do pós-II Guerra Mundial (“Guerra Fria”), aponta para modelos de jornalismo muito latos e genéricos que não captam as particularidades de diferentes realidades nacionais, mesmo próximas de um padrão relativamente comum. Considerando que o trabalho de Siebert, Peterson & Schramm colocou, no essencial, as boas questões, estes dois autores distanciam-se dele sobretudo na procura de respostas, não se restringindo a olhar para os *media* como um simples “reflexo” do “sistema de controlo social”, mas como cada vez mais uma variável que também afecta, ela própria, outras instituições políticas, num complexo jogo de influências recíprocas que não têm parado de crescer. “As ‘quatro teorias’ têm um interesse limitado para compreendermos a experiência europeia”, dizem Hallin & Mancini (2004: 10), sugerindo que os sistemas mediáticos dos países da Europa ocidental de algum modo combinaram, em doses variáveis, o modelo libertário, o modelo da responsabilidade social e até, em momentos e lugares específicos, o modelo autoritário (pense-se em Portugal e Espanha no tempo da ditadura).

de regulação, quando os há). Esta última dimensão, como se percebe, é de especial interesse para as nossas reflexões sobre a hetero-regulação¹⁰.

Se o pressuposto de Hallin e Mancini é que os sistemas de *media* são (também) influenciados pelo contexto mais vasto da história, da cultura e da estrutura políticas, há que olhar igualmente para os sistemas políticos. Neste outro prato da sua balança comparativa, os autores entenderam submeter à análise as seguintes variáveis, que consideraram as mais relevantes para o fim proposto: **(1) o papel global do Estado face à sociedade** (distinguindo entre as “democracias liberais” e as “democracias do Estado-Providência” [*welfare state*], ou, segundo outras propostas, entre “liberalismo”, “estatismo” e “corporativismo”); **(2) o sistema partidário e a sua tradução no poder** (distinguindo basicamente entre democracias, e governos, de lógica “maioritária” ou de lógica “de consenso”); **(3) o papel político dos grupos sociais institucionalizados ou “grupos de interesses”** (distinguindo entre uma lógica de “pluralismo individualizado”, mais próxima dos regimes liberais típicos, e uma lógica de “pluralismo organizado”, que pode assumir a forma do “corporativismo” característico, sobretudo, da tradição dos países escandinavos, onde há uma sociedade civil muito forte e interventiva); **(4) o grau de desenvolvimento da “autoridade racional-legal”**¹¹ (traduzida num aparelho administrativo de função pública autónomo, eficiente e independente de pressões políticas ou pessoais, por oposição a modos de funcionamento tributários do “clientelismo”); e, enfim, **(5) o grau de “polarização” do pluralismo político** (entendido como o maior ou menor leque de opções ideológicas e político-partidárias presentes na sociedade, sendo que a um modelo “polarizado” corresponde a existência de partidos com expressão significativa fora das franjas do sistema, ou até anti-sistema, enquanto num modelo “moderado” são mais fortes as tendências no sentido do centro político e mais esbatidas as diferenças ideológicas entre partidos).

¹⁰ Os autores concebem estas quatro dimensões como uma espécie de “clusters” de características dos sistemas mediáticos que, como tais, “tendem a variar em conjunto” (Hallin & Mancini, 2004: 45). Assim, por exemplo, a um maior desenvolvimento da imprensa corresponde por regra uma maior profissionalização dos jornalistas, um menor paralelismo político e uma mais reduzida intervenção estatal, sendo que estes factores interagem de algum modo uns sobre os outros e ajudam a compreender-se mutuamente.

¹¹ O conceito, lembram os autores, é tomado de Max Weber, que definiu a “autoridade racional-legal” como “uma forma de condução [*rule*] baseada na adesão a regras de procedimento com carácter formal e universal”, e de que a instituição típica seria a “burocracia”, ou seja, um aparelho administrativo do Estado autónomo dos partidos, dos indivíduos ou dos grupos sociais, actuando segundo procedimentos estabelecidos e voltado para servir a sociedade como um todo (Hallin & Mancini, 2004: 55).

É da análise cruzada de todas as dimensões – as quatro associadas aos sistemas mediáticos, por um lado, e as cinco associadas aos sistemas políticos, por outro – que os autores acabam por chegar à proposta de definição de três modelos, sintomaticamente entendidos como “três modelos de *media* e de política”, tal como reza o subtítulo do seu livro. Muitos dos elementos diferenciadores foram sendo encontrados na análise do desenvolvimento histórico dos diversos países, surgindo uma distinção acentuada entre aqueles onde “as instituições liberais e burguesas triunfaram relativamente cedo sobre o feudalismo e o patrimonialismo” (*ibid.*: 62) – essencialmente os do Norte da Europa – e aqueles onde “o conflito entre as forças do liberalismo e as do conservadorismo tradicionalista se manteve por resolver até muito tarde no século XX” (*ibidem*) – essencialmente os do Sul da Europa. Nos primeiros, em síntese,

o que habitualmente existe é um pluralismo moderado e um forte desenvolvimento da autoridade racional-legal na esfera política, combinado com um forte desenvolvimento de *media* de circulação massiva e de profissionalismo jornalístico (Hallin & Mancini, 2004: 62).

Já nos segundos, os da Europa do Sul, a situação é diversa. Ali,

[o] campo político caracteriza-se por um pluralismo polarizado, por clientelismo e por estatismo. No sistema mediático, desencorajado pela tradição cultural da contra-reforma, pelo autoritarismo político e por um desenvolvimento mais fraco do mercado e do Estado-Nação, os jornais de grande circulação de massas nunca se desenvolveram muito e o profissionalismo jornalístico foi limitado pelo clientelismo (*ibid.*: 62-63).

O caso dos países da América do Norte, embora com grandes proximidades (até por razões ligadas com o seu processo de colonização) relativamente à Europa, tem historicamente algumas especificidades, razão pela qual os autores entenderam classificá-los num terceiro modelo – ao qual associaram também, de resto, a Grã-Bretanha e a Irlanda. E foi assim que chegaram à definição de três grandes modelos de relação *media*-política, cujas características distintivas enunciamos muito sinteticamente:

1) Modelo Norte-Atlântico ou Liberal

(*Estados Unidos, Canadá, Grã-Bretanha e Irlanda*)

Caracteriza-se por um antigo e intenso desenvolvimento da liberdade de imprensa e de uma imprensa de massas. Dominam os *media* comerciais, é baixo o “paralelismo político” (ou seja, a tradução directa da estrutura político-partidária na estrutura de posse e orientação editorial dos *media*), e domina o “pluralismo interno” (ou seja, o pluralismo de ideias e orientações encontra-se mais no interior

de cada órgão de comunicação social e menos no ‘xadrez’ composto por diferentes jornais claramente alinhados com uma corrente política específica).

A profissionalização dos jornalistas é relativamente forte, embora sem grande tradução em termos de organizações formais. A autonomia jornalística parece ser mais limitada por pressões comerciais do que por instrumentalização política. Predomina o jornalismo “de informação”.

O papel do Estado é bastante limitado, muito em especial nos Estados Unidos. Em contrapartida, o papel do mercado é, nestes países, tradicionalmente muito forte. O serviço público de rádio e televisão, bem como a regulação destes meios, segue o modelo chamado “profissional” (com a sua direcção preferencialmente entregue a profissionais competentes do sector e não a fiéis políticos, como sucede noutros modelos mais intervencionistas – o modelo “governamental”, o modelo “parlamentar” –, nem a representantes institucionais de grupos sociais relevantes – como sucede no modelo “cívico” ou “corporativo” (Hallin & Mancini, 2004: 30-31)). A vida política situa-se na lógica do “pluralismo moderado” e o sistema de governo tende a ser “maioritário”. A influência de grupos sociais organizados não é muito forte.

2) **Modelo Norte/Centro-Europeu ou Democrático Corporativo** [*Corporatist*]

(*Áustria, Alemanha, Bélgica, Holanda, Suíça, Dinamarca, Noruega, Suécia e Finlândia*)

Como o anterior, caracteriza-se também por um antigo e forte desenvolvimento da liberdade de imprensa, e por ainda mais altas taxas de circulação de jornais. Tem simultaneamente uma história longa de jornais ‘de partido’ e de *media* ligados a grupos sociais fortes (religiosos, por exemplo), o que aponta – ao contrário do modelo anterior – para um “pluralismo político” elevado e para um grau razoável de “pluralismo externo” (a diferença de opiniões é mais expressa por via de diferentes jornais com opções editoriais marcadas do que por diferentes perspectivas no seio de um mesmo jornal). O profissionalismo jornalístico é alto e com um elevado grau de organização formal.

Há uma acentuada intervenção do Estado, tanto em termos de apoios aos *media* como da sua regulação, no pressuposto de que eles são importantes instituições sociais pelas quais o próprio Estado se sente responsável. A gestão do serviço público de rádio e televisão tende a seguir o modelo “parlamentar” ou

“cívico/corporativo”, com partidos e grupos sociais muito envolvidos nela (sem prejuízo de também aí ser garantida uma ampla autonomia de trabalho dos profissionais jornalistas)¹².

Típica deste modelo é a presença forte de grupos sociais organizados ou “grupos de interesses”, integrados nos processos de debate e decisão política (de onde o nome de modelo “Democrático Corporativo”). É ainda caracterizado por uma lógica de “pluralismo moderado” e por governos mais associados ao princípio do “consenso”. Estamos na área típica do “Estado-Providência” ou “do Bem-Estar”.

3) Modelo Mediterrânico ou Pluralista Polarizado

(Portugal, Espanha, França, Itália e Grécia)

Diferentemente dos anteriores, é um modelo onde a circulação de jornais é relativamente escassa (mais “de elites” do que “de massas”) e, por conseguinte, os títulos tendem a ser economicamente frágeis, dependentes de subsídios. Em contrapartida, a televisão acaba por ter um papel bem mais central. A liberdade de imprensa e o desenvolvimento de indústrias comerciais de *media* chegaram, em geral, mais tarde do que nos outros países.

O “paralelismo político” é habitualmente elevado e a imprensa – que tende a ser caracterizada por “pluralismo externo” e que revela frequentemente uma propensão mais para o comentário e o jornalismo politicamente empenhado [*advocacy journalism*] do que para a informação objectiva e neutra – dedica uma grande atenção às matérias políticas. Alguma instrumentalização dos *media* por governos e partidos é frequente, sendo o serviço público de rádio e televisão habitualmente gerido segundo o modelo “governamental” ou “parlamentar”.

A profissionalização do jornalismo é comparativamente mais fraca, com um grau de autonomia também menor. O Estado tem uma intervenção importante no sector dos *media*, seja como proprietário (*media* públicos), seja como financiador através da atribuição de subsídios, seja ainda como regulador – embora dê frequentes

¹² Hallin e Mancini fazem notar que nos países deste grupo (em especial os escandinavos) coexistiram historicamente alguns elementos do sistema mediático que frequentemente tendemos a considerar incompatíveis. Um exemplo é o da convivência de fortes empresas de *media* comerciais com igualmente fortes empresas de *media* alinhados partidariamente. Outro exemplo é o de “uma forte tradição liberal de liberdade de imprensa e de liberdade de informação” coexistir “com uma forte intervenção do Estado no sector dos *media*, tal como aliás noutros sectores da sociedade” (Hallin & Mancini, 2004: 74).

mostras de uma razoável incapacidade de regular efectivamente o sector (neste domínio, Traquina (*apud* Hallin & Mancini, *ibid.*: 73) fala mesmo da “desregulação selvagem” a que se assiste em vários países da corda mediterrânica, coincidindo com a transição da televisão apenas pública para a televisão aberta a canais comerciais).

Enfim, o modelo é designado por “Pluralista Polarizado” na medida em que os países do Sul da Europa são caracterizados por um elevado grau de diversidade e conflito ideológicos (veja-se a força, até eleitoral, que neles têm os partidos mais afastados do centro do espectro político, como o caso dos comunistas, à esquerda, ou dos proto-fascistas, à direita). Esta característica é associada ao mais tardio desenvolvimento das ideias liberais, ao papel tradicionalmente importante do Estado (na sua máxima expressão nos períodos de ditadura que quase todos eles viveram ainda durante o século XX) e à importância assumida pelos partidos políticos nos processos de transição para a democracia.

Para além disto, são países onde, por comparação com os anteriores, a “autoridade racional-legal” é menos forte e, em contrapartida, o “clientelismo” se insinua mais.

Nunca será demais insistir, como Hallin e Mancini fazem, que estamos aqui perante modelos “ideal-típicos”, ou seja, desenhos esquemáticos que “estão longe de capturar toda a complexidade, tanto dos sistemas mediáticos de países particulares como dos padrões de relacionamento entre as diferentes variáveis” analisadas (*ibid.*: 69). Significa isto, portanto, que em nenhum dos países referidos se encontrará o respectivo modelo com todos os seus traços distintivos, havendo variações entre países associados ao mesmo modelo – e, paralelamente, algumas aproximações pontuais entre países ‘catalogados’ em modelos diferentes. Mesmo dentro de países concretos, os diversos componentes do sistema mediático não são totalmente homogéneos: há, em vários casos, diferenças substanciais entre as lógicas de funcionamento da imprensa e da televisão, e mesmo dentro da imprensa há algumas subdivisões importantes. Sublinhe-se ainda que “os sistemas mediáticos não são estáticos” mas, pelo contrário, “caracterizados por mudanças históricas substanciais” (*ibid.*: 72) que prosseguem nos dias de hoje.

Servem todas estas ressalvas para temperar as tentações de absolutização dos modelos propostos, preservando, no entanto, aquilo que eles podem ser: instrumentos conceptuais importantes para avaliar, com maior detalhe, certas tendências e linhas de

força específicas no relacionamento multifacetado entre os sistemas político e mediático, tal como se foram historicamente construindo e como hoje se apresentam à nossa reflexão.

Outra tentação que os autores gostariam de recusar é a de uma visão normativa desta questão, concretizada na eventual escolha de um modelo como “melhor” do que os outros, ou “o melhor”, no sentido de que todos “deveriam ser” como ele e caminhar nessa direcção. O que mais frequentemente se aponta como candidato a tal estatuto é o Modelo Liberal, sendo certo que não poucas vozes o identificam como a meta final de um processo de alegada “modernização”. Que tem havido, nas décadas recentes (crescentemente associadas a processos de secularização, de inovação tecnológica, de globalização e de correlativa homogeneização), alguma convergência de sistemas em direcção àquele modelo – com acentos progressivo nos domínios da comercialização dos *media* e da sua maior integração no “mercado livre” de bens e serviços, da profissionalização do jornalismo e da desregulação no que tem a ver com o papel do Estado –, parece indesmentível: os ventos de neo-liberalismo que sopram no mundo ocidental (e, a partir dele, um pouco por todo o lado) são disso testemunho. Que há historicamente alguma preponderância do Modelo Liberal até nas concepções de jornalismo que se desenvolveram nos países mais típicos desse modelo – com evidente destaque para os Estados Unidos e para a sua influência fortíssima na configuração do moderno jornalismo “de informação” e na sua mais ou menos intencional imposição a outros países, desde logo os da Europa Ocidental –, também parece adquirido. Que isso se identifique automática e obrigatoriamente com “modernização”, no sentido de estabelecimento de sistemas mediáticos mais autónomos, mais livres, mais socialmente responsáveis e com maior qualidade, é, porém, outra questão.

Hallin & Mancini, ao sumariarem genericamente os seus três modelos, põem em evidência que nos países Liberais os *media* estão “mais próximos do mundo dos negócios e mais afastados do mundo da política” (*ibid.*: 76), enquanto nos de sistemas Pluralistas Polarizados eles continuam bastante integrados no universo da política, e nos de sistemas Democráticos Corporativos há relações razoáveis com os mundos tanto da economia como da política, mas a eles acrescentando um protagonismo importante de grupos organizados da sociedade civil. Neste sentido, e de acordo com a **teoria da diferenciação** inicialmente

desenvolvida pelos teóricos do funcionalismo¹³ – segundo a qual os processos de mudança social das sociedades primitivas para as sociedades modernas teriam muito a ver com a separação e autonomização de funções inicialmente fundidas (por exemplo, política e religião) –, um sistema mediático cada vez mais diferenciado dos restantes sistemas, e mormente do sistema político, pareceria mais adequado a uma visão moderna. Esta não é, todavia, uma questão consensual.

Por um lado, há autores importantes (como Habermas ou Bourdieu) que têm contestado diversos aspectos da teoria da diferenciação, e designadamente a ilação dela decorrente de que a história dos *media* poderia ser “compreendida como um movimento linear no sentido de maior diferenciação” (*ibid.*: 80-81).

Por outro lado, o carácter mais ou menos activo do Estado na sua relação com instituições sociais (como é o caso dos *media*) não tem que se confundir forçosamente com uma eventual ligação estrutural a elas.

Por outro lado ainda – e aqui baterá o ponto decisivo –, não parece de todo evidente que, num modelo altamente ‘diferenciado’ como é o Liberal, a decisiva questão do **poder** se altere substancialmente no sentido da sua melhor distribuição pelo todo social. Com efeito, a autonomização estrutural dos *media* face ao poder político exercido de forma directa acaba, no essencial, por ser neutralizada (e substituída) pelas novas dependências face aos poderes económicos e empresariais, traduzidas na “lógica do mercado” – esse fortíssimo regulador, se não de direito, certamente de facto. Ora, se o processo de diferenciação apontaria, teoricamente, para que o sistema mediático passasse a operar cada vez mais de acordo com uma lógica não só distintiva como verdadeiramente autónoma, não se vê bem que tal desiderato se cumpra num contexto onde os imperativos comerciais tendem a sobrepor-se com carácter quase absoluto às exigências, princípios e valores profissionais do jornalismo.

Tudo isto sugere, portanto, que não se hierarquizem precipitadamente os três modelos propostos, mas, pelo contrário, se reflita, através dos seus elementos específicos, nas particularidades (positivas e negativas) para que cada um deles chama a atenção. Aliás,

¹³ A este princípio de diferenciação nos referimos já no capítulo II, no início da abordagem ao processo de construção e afirmação profissional dos jornalistas. A organização de importantes funções sociais em profissões separadas e autonomizadas dos ofícios que lhes eram mais próximos já por Durkheim foi considerada como uma espécie de diferenciação horizontal da sociedade e caminho da sua modernização, na medida em que “funções complexas eram repartidas por corpos sociais que se especializavam em funções particulares” (Hallin & Mancini, 2004: 76-77). A profissionalização é, aliás, um dos conceitos centrais na teoria da diferenciação – e o processo nesse sentido desenvolvido pelos jornalistas é disso bem revelador, como vimos nos primeiros capítulos deste trabalho.

uma das novidades mais estimulantes de *Comparing Media Systems*, de Hallin & Mancini (2004), é precisamente demonstrar que “o modelo anglo-americano [de jornalismo] não é o que se ajusta [*fits*] exactamente ao resto do mundo” (Josephi, 2005: 580), e que outros modelos, mesmo mais distanciados do pensamento *mainstream* relativamente ao exercício prático do jornalismo e à profissionalização dos jornalistas, podem trazer contributos interessantes – até porque eles existem, de outras formas e noutros países, sem com isso perverterem ou anularem a vivência democrática.

O objectivo declarado de Hallin & Mancini não é (ao contrário da lógica evidente de *Four Theories of the Press*) uma abordagem normativa dos sistemas mediáticos, e daí a sua insistência em não apontar para nenhum modelo ideal, muito menos em termos universalistas, até porque a sua análise comparativa empírica se restringiu deliberadamente a um pequeno (embora marcante no contexto da evolução histórica dos *media*) número de países. Mas isso não significa que as questões de índole normativa sejam escamoteadas ou desvalorizadas, dada até a sua relevância para a abordagem do jornalismo. Pelo contrário, o modo como estes autores complexificam as nossas visões sobre os diferentes modelos efectivos de exercício do jornalismo em regimes igualmente democráticos, mas também diferentes¹⁴, recusando distinções e hierarquizações simplistas entre os ‘bons’ e os ‘maus’, acaba por nos levar também a “repensar o lugar da teoria normativa no jornalismo” (Josephi, 2005: 580).

4.2. Modos de intervenção do Estado

Especificamente no que toca à intervenção do Estado junto dos *media*, vemos aqui que se confrontam também diferentes modelos de (hetero)regulação, apesar de estarmos, em todos os casos, perante regimes políticos onde funcionam democracias pluralistas de tipo representativo. O que, desde logo, parece reforçar a conclusão já há pouco enunciada: mesmo em nome de uma mesma proclamada defesa dos princípios da democracia e do

¹⁴ Evoquem-se, a este propósito, as propostas desenvolvidas por Strömbäck (2005), no sentido de avaliar os diferentes modelos de jornalismo em função também de diferentes modelos normativos de democracia – modelos que Strömbäck (2005: 331) subdivide, para este efeito, em “democracia procedimental”, “democracia competitiva”, “democracia participativa” e “democracia deliberativa”, cada qual com as suas exigências ou expectativas específicas quanto ao jornalismo. É mais uma das cada vez mais numerosas abordagens que se preocupam com a diversidade cultural existente no mundo (com evidentes reflexos nos sistemas mediáticos particulares) e tentam ir além de perspectivas exclusivamente centradas no modelo ocidental de jornalismo – ou, para sermos mais precisos, no modelo anglo-americano ou Liberal, tal como caracterizado por Hallin & Mancini.

funcionamento livre e responsável dos meios de comunicação social, com respeito pelos direitos básicos de todos os cidadãos, é possível chegar a fórmulas razoavelmente diversas de regulação dos *media*. Ou seja, não parece haver um figurino único que alegadamente impusesse a sua superioridade sobre os demais.

A intervenção estatal directa no sector da comunicação social desdobra-se habitualmente por três domínios: o **económico** (no pressuposto de que se está também perante empresas inseridas num mercado e que, como tais, devem ser reguladas em termos de concentração, concorrência, transparência de capital, etc.), o **tecnológico** (regulando as infra-estruturas de telecomunicações utilizadas pelos *media* electrónicos e gerindo o espaço radioeléctrico que é um bem público, sujeito a regimes de concessão parcial) e o **mediático** propriamente dito (com implicações políticas, sociais e culturais, e preocupado essencialmente com os direitos dos cidadãos, sejam os que têm a ver com as liberdades de expressão e de imprensa, seja o direito à informação). Esta última é que aqui nos interessa.

Como vimos atrás, é numa tripla dimensão que a presença reguladora do Estado pode fazer-se sentir junto dos órgãos de comunicação social enquanto tais: na sua qualidade de **proprietário**, de **financiador** e de **legislador**.

(1) Enquanto **proprietário** e prestador directo de um serviço, o Estado tem habitualmente, pelo menos na generalidade dos países da Europa e América do Norte, o controlo de um mais ou menos extenso serviço público de rádio e televisão – que, em muitos casos, funcionou em regime de monopólio durante décadas mas hoje tende a coexistir, e a concorrer, com estações e canais privados de feição comercial¹⁵. Este serviço público tem uma importância bastante desigual nos países mais próximos de nós, e mesmo nalguns que Hallin e Mancini associaram ao mesmo modelo (o Liberal): veja-se o relevo que, apesar das evoluções recentes, a BBC continua a ter ainda na Grã-Bretanha (e de certo modo em todo o mundo, enquanto referência pioneira deste tipo de serviço), e compare-se com a presença residual do serviço público de rádio e televisão nos Estados Unidos. Nos países do Norte da Europa, ele continua a ter uma presença muito marcante

¹⁵ Em alguns países (Portugal, por exemplo), o Estado é proprietário integral ou maioritário de outros *media*, como as agências noticiosas nacionais, com razoável influência na selecção diária de assuntos objecto de notícia. Em tempos ainda não muito recuados, o Estado esteve também na posse de diversos órgãos de imprensa escrita, sobretudo em países (como Portugal, mais uma vez) de forte tradição centralizadora, de regimes políticos não democráticos durante longos períodos e de fases de transição para a democracia com os seus naturais acidentes de percurso. Hoje em dia, contudo, no universo das democracias ocidentais a tendência é para que a presença do Estado se resuma apenas a um serviço público de rádio e televisão – e mesmo aí com crescentes dúvidas, debates e controvérsias (cf. Martins, 2003; Pinto, 2003; Sousa & Santos, 2003; Lopes, 2003; Fidalgo, 2003).

nos respectivos panoramas audiovisuais, o mesmo não podendo dizer-se já dos países do Sul, onde a mais recente abertura ao sector privado – a que acresce a progressiva internacionalização dos mercados televisivos graças às transmissões via cabo e via satélite – significou igualmente um importante recuo dos canais públicos.

A posse e gestão de um serviço público deste tipo, por parte do Estado, não se restringe à prestação de um serviço universal à comunidade que eventualmente poderia não ser garantido pelo mercado a funcionar livremente (como sucede com os jornais). Pelo contrário, ela tem também o propósito assumido, ao menos nas intenções, de contribuir para a regulação do sector, uma vez que, liberto este serviço público dos constrangimentos económicos tão determinantes nos canais comerciais, dele se espera que funcione de modo exemplar relativamente ao papel social cometido aos *media*. É o que deixa claro o ministro português Augusto Santos Silva, que desde 2005, com a entrada em funções do Governo socialista presidido por José Sócrates, tutela o sector em Portugal:

[O serviço público de rádio e televisão], além de cumprir obrigações específicas, quanto à universalidade do acesso, à consideração de certas realidades sociais (...) e à garantia dos diferentes interesses sociopolíticos e correntes de opinião, *deve funcionar também como regulador do panorama audiovisual*, na medida em que estabeleça padrões de qualidade e exigência cívica capazes de servir de referência ao conjunto dos operadores (Santos Silva, 2006, realce nosso).

As continuadas polémicas sobre se este desiderato é ou não efectivamente levado à prática só são ultrapassadas pelas discussões em torno do modelo adoptado pelos diferentes sistemas para a governação do serviço público de rádio e televisão – que, no caso português, continua bastante próximo do modelo “governamental”, com as inerentes suspeitas de alguma (directa ou indirecta) interferência da força política no poder. Abrem-se recorrentemente os debates sobre a vantagem de um modelo “parlamentar”, “profissional” ou “cívico/corporativo” para a gestão daquele serviço – a exemplo do que sucede sobretudo nos países do Centro/Norte da Europa –, enquanto simultaneamente se multiplicam as vozes (cf. Pinto *et al.*, 2003) a reclamar uma mais efectiva presença do “público” na definição, orientação e monitorização de um serviço que leva o seu nome:

Sendo nossa condição moderna termos um Estado que burocratiza e controla, termos também um mercado que nos impõe a tirania do sucesso, sendo todo o sucesso ganhar audiência, e fazendo ainda parte da nossa condição moderna sermos investidos pela tecnociência que estetiza o mundo e nos anestesia, a sociedade civil, um mundo de homens livres, não pode deixar de intervir sobre o melhor rumo a dar ao pensamento e ao exercício de um serviço público de televisão (Martins, 2003: 11).

(2) Enquanto **financiador**, o Estado acaba por ter alguma evidente interferência regulatória sobre os *media*, “distorcendo” deliberadamente – em nome do valor social que lhes atribui – a pura e simples lógica do mercado que, em países economicamente mais

débeis, levaria decerto ao rápido encerramento de muitos órgãos de comunicação e à sobrevivência de apenas um punhado dos mais fortes. Subsídios para o equipamento e reconversão tecnológica, ajudas de “porte pago” à expedição de jornais, isenções ou reduções de impostos, entre outros apoios mais ou menos directos, constituem modos frequentes – à excepção dos países de Modelo Liberal estrito – de tentar contribuir para a manutenção de uma paisagem mediática nacional e regional mais lata, mais diversa, mais pluralista – e daí a sua vertente reguladora. Em contrapartida, são modos de intervenção que aqui e além suscitam críticas mais ou menos fundamentadas de dois tipos: por um lado, contribuiriam para manter em vida órgãos de comunicação cuja inviabilidade económica e de audiências o mercado aberto teria já atestado; por outro lado, a dependência de apoios financeiros oriundos do poder político criaria com facilidade alguns outros tipos de ‘dependências’, com isso prejudicando a liberdade e isenção de opções editoriais ou abrindo mesmo caminho à instrumentalização política. E, neste caso, o propósito regulador acabaria por ter o efeito oposto ao proclamado no plano das intenções.

(3) É, entretanto, na sua qualidade de **legislador** que o Estado mais activamente se revela como um agente efectivo de (hetero)regulação do sector dos *media*. Também aqui se verificam diferenças acentuadas entre as diversas democracias do mundo ocidental, indo de países – a generalidade dos do Sul da Europa e, em moldes diversos, os do *welfare state* do Norte escandinavo – onde a tradição intervencionista nesta sede é muito forte, até ao caso totalmente oposto dos Estados Unidos, onde a única lei relativa às liberdades de expressão e de imprensa é uma lei que proíbe que se legisle sobre essa matéria.

O imperativo de regulação estatal dos *media* tem até, em países como Portugal, dignidade de preceito constitucional¹⁶, desenvolvendo-se depois por um conjunto variado de normas, sejam as da lei geral – Código Civil, Código Penal, Código de Processo Penal –, sejam as de leis específicas para o sector – Lei de Imprensa, Lei da Rádio, Lei da Televisão, Estatuto do Jornalista, Estatuto da Carteira Profissional de Jornalista –, sejam ainda as que instituem, definem e enquadram o organismo público administrativo

¹⁶ “Cabe a uma entidade administrativa independente assegurar nos meios de comunicação social: a) O direito à informação e a liberdade de imprensa; b) A não concentração da titularidade dos meios de comunicação social; c) A independência perante o poder político e o poder económico; d) O respeito pelos direitos, liberdades e garantias pessoais; e) O respeito pelas normas reguladoras das actividades de comunicação social; f) A possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião; g) O exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica pública” (artigo 39º da Constituição da República Portuguesa).

directamente encarregado da regulação – no caso português presente, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), dimanada da Assembleia da República.

Embora a hetero-regulação dos meios de comunicação por parte do Estado se associe, em regra, mais a uma atenção ao pólo da responsabilidade do que ao pólo da liberdade (trata-se precisamente de garantir e fomentar um uso responsável de meios que, em princípio, são livres, e de impedir ou corrigir os seus abusos), o certo é que as justificações de base para a implementação de mecanismos reguladores se escudam, precisamente, também – ou até primordialmente – na questão da liberdade. É disto eloquente a argumentação produzida pelo ministro português Augusto Santos Silva, ao apontar, a partir da leitura que faz do texto constitucional, três grandes razões para o imperativo de regulação dos *media*: a garantia de que exista liberdade de expressão e informação, e que esta não seja “condicionada por qualquer tipo de censura” (o que inclui, por exemplo, a “promoção do direito de acesso dos cidadãos aos *media*”); a garantia de que a liberdade de expressão e informação se articule “com os restantes direitos, liberdades e garantias pessoais” (com particular relevo para os “direitos de personalidade”); finalmente, a necessidade de que seja “garantida e promovida” a liberdade de imprensa, no pressuposto de que ela constitui “a forma específica de realização da liberdade de expressão e informação” (Santos Silva, 2006: s/p). Como ele próprio explicita:

Parece, pois, evidente que o ordenamento constitucional português vincula directamente a regulação dos *media* à realização de uma constelação de direitos, e não apenas à liberdade de imprensa, entendida na versão liberal clássica como direito negativo, contrário à intromissão estatal. A regulação ancora no direito público à informação (...), na liberdade de imprensa (...), [e] nos direitos de todas as pessoas (aliás, singulares e colectivas) *face* aos meios de comunicação social (...). O corolário desta tripla ancoragem é que a perspectiva que deve dominar a actividade da regulação dos *media* é a perspectiva geral dos cidadãos – do interesse geral e dos direitos de todos –, e não a perspectiva por assim dizer interna dos meios de comunicação social (*ibidem*).

O mesmo governante concorda que seriam possíveis outros modelos, designadamente os que prescindem de mecanismos hetero-reguladores em favor apenas das leis gerais – e da correlativa intervenção *a posteriori* dos tribunais –, ou os que preferem uma aposta determinante nos instrumentos de auto-regulação lançados por iniciativa das empresas de *media* e dos profissionais, ou ainda os que aceitariam uma intervenção do Estado, sim, mas meramente com carácter supletivo e “em segunda instância”. Em seu entender, todavia, qualquer destas alternativas revela uma tripla desconfiança, que considera injustificada, relativamente ao próprio princípio de regulação das “ideias” (entendida como o escrutínio do campo dos *media* “segundo critérios de isenção e rigor de informação, pluralismo e diversidade, qualidade da programação”),

relativamente à “perspectiva de cidadania” (segundo a qual a fundação e justificação da actividade reguladora “está na própria ordem constitucional democrática”) e relativamente à própria ideia de uma hetero-regulação “efectiva e independente” (*ibidem*).

A questão da independência foi, de resto, um das mais debatidas no processo português de criação da ERC – em substituição da Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS) –, não tendo os críticos do modelo considerado suficientes as garantias nessa matéria advindas do facto de os titulares daquele órgão serem obrigatoriamente escolhidos por maioria qualificada de votos no Parlamento. Mais debatida ainda foi a ausência, neste modelo, de algum tipo de representação das empresas e profissionais de *media* e de elementos da sociedade civil (um desenho típico dos Conselhos de Imprensa tal como existem em diversas latitudes e já existiram também em Portugal). A opção governamental foi outra, clara e assumidamente: criar uma entidade administrativa independente, quer porque formalmente não está sujeita à tutela governamental, quer porque afirma também a sua independência face aos próprios regulados (Santos, Silva, 2006). A recusa de qualquer “processo de representação de interesses” (salvo em sede de um marginal Conselho Consultivo) na composição da ERC foi deliberada e, no dizer de Santos Silva, “cabe sem qualquer dificuldade na lógica do modelo adoptado” e é até “um dos aspectos que melhor a exprime”; procura, entre outros aspectos, “evitar o que alguma teoria apelida de ‘captura’ ou ‘aprisionamento’ do regulador pelos regulados” (*ibidem*).

Estamos, neste caso, perante um organismo tipicamente hetero-regulador, e que, por isso, não preenche a função de outros desejáveis mecanismos ou instrumentos reguladores – sejam os que dimanam voluntariamente do interior dos *media*, das suas empresas e/ou dos seus profissionais (auto-regulação), sejam os que assentam em plataformas nas quais se associam representantes dos *media* e representantes de entidades públicas (co-regulação). Isto serve para voltarmos ao argumento inicial deste ponto, segundo o qual um processo adequado de regulação dos órgãos de comunicação social, numa sociedade democrática, livre e responsável, parece exigir a confluência de esforços e acções de diferentes entidades e mecanismos, de modo a obter-se um todo equilibrado de poderes e sensibilidades relativamente aos vários protagonistas da actividade mediática. O próprio ministro que em Portugal apadrinhou o modelo actual da ERC subscreve esta perspectiva, ao inscrever entre as missões do órgão regulador público precisamente também a de “incentivar a co-regulação e a auto-regulação dos meios e dos profissionais da comunicação” (*ibidem*). E explica porquê:

Para o modelo aqui descrito [o da ERC], o facto de a (hetero)regulação pública não ser supletiva da auto-regulação não quer dizer o inverso, ou seja, que esta seja supletiva daquela. Se o regulador [público] não interagisse com instâncias de auto-regulação (se as desprezasse ou ignorasse), se a única regulação existente fosse imposta pelo Estado, a regulação ficaria amputada e diminuída (Santos Silva, 2006)

O que nos leva, então, aos domínios próprios da auto-regulação e da co-regulação, até porque, como salienta Sparks (*apud* Josephi, 2005: 579), a discussão sobre os *media* e a democracia acaba por falhar o alvo se se concentrar exclusivamente nas relações entre o Estado e os próprios *media*, não se abrindo também ao pólo da sociedade, dos cidadãos, das pessoas concretas – individual e organizadamente consideradas –, sua primeira e última razão de ser.

Deixemos uma última palavra quanto a dois importantes domínios em que o Estado acaba por funcionar como uma espécie de “regulador indirecto” dos *media*: uma é o facto de ele ser, globalmente, um dos mais omnipresentes e influentes “**definidores primários**” (conceito, hoje clássico, proposto nos anos 1970 por Stuart Hall) das notícias, alimentando a agenda mediática e as subsequentes interpretações da actualidade em moldes e dimensões ímpares; outro é o facto de ele poder / dever ser, através de outras instituições sociais em que desempenha papel decisivo (nomeadamente as da **educação** e da **cultura**), um elemento fundamental no desenvolvimento de uma cada vez mais necessária e cada vez mais exigente literacia para os *media*, nos termos em que, algumas páginas atrás, a vimos caracterizada por Silverstone (2004)¹⁷. E se, como resulta claro do trabalho de Hallin & Mancini (2004), a literacia *tout court* foi “um dos decisivos factores para o desenvolvimento dos *media* e do jornalismo” (Josephi, 2005: 582), com resultados muito diversos conforme o maior ou menor empenhamento dos diferentes sistemas políticos, não custa admitir que, face às novas paisagens mediáticas, o domínio generalizado de uma adequada e renovada **literacia para os *media*** acabará por ser ainda mais determinante.

A prazo, este seria, afinal, o mecanismo regulador mais eficiente, democrático, justo e pedagogicamente adequado: a existência de cidadãos capazes de ler/ ver/ ouvir,

¹⁷ Este aspecto prende-se com a importância também de uma “ética da recepção”, de uma responsabilização dos receptores pela informação, traduzida em exigência e, por isso mesmo, em potencial regulação. É o que sugere Cornu (1999: 436), ao falar das eventuais vantagens de uma doutrina nova, a da “**responsabilidade mediática da sociedade**” – por contraposição à mais comumente citada “responsabilidade social dos *media*” –, cujo objectivo principal seria o de “conceber modos de regulação alargados, aos quais seria adstrito o conjunto dos *media* do sector público e do sector privado, a fim de instituir as condições de uma informação ao serviço de todos e o acesso de cada um à informação”. Nesta doutrina encontraríamos também, acrescenta o autor, suporte para “combater um uso das novas tecnologias virado para meros fins de exploração e de consumo”, algo que considera ser um risco hoje crescente no panorama mediático e que ameaça, de certo modo, “extinguir o espaço público”.

com distância crítica, pensamento autónomo e exigência qualificada, tudo aquilo (e só aquilo) que conscientemente seleccionassem e desejassem de entre a panóplia infindável de produtos e serviços hoje comunicados no espaço público. E que, além de ‘consumirem’ o que lhes é proposto pelos *media*, fossem verdadeiramente capazes de ‘ler’, nas linhas e nas entrelinhas, nos sons e nos silêncios, nas presenças e nas omissões, a realidade muito própria construída pela comunicação mediática dos tempos que correm.

5. A auto-regulação: papel, vantagens e limites

Em teoria pelo menos, a auto-regulação pareceria ser o caminho mais correcto e mais apelativo para realizar “a quadratura do círculo” da compatibilização entre os pólos da liberdade e da responsabilidade. Cometendo aos próprios protagonistas do processo mediático a *responsabilidade de livremente* regularem a sua actividade e responderem por ela, estaria aparentemente em condições de solucionar as duas mais persistentes dúvidas nesta matéria: preservaria o sector de intervenções externas (designadamente do poder político) e das suas tentações de cercear de algum modo o bem fundamental da liberdade, mas ao mesmo tempo asseguraria a existência de mecanismos destinados a velar por um uso responsável dos *media* e pela correspondente prestação de contas exigível a qualquer serviço de incidência pública e relevância social. Seria, por assim dizer, o modo de os directos responsáveis pela produção e difusão de informação no espaço público ‘**escolherem livremente não ser livres**’ quando o exercício (legítimo) dessa liberdade pudesse afectar outros bens ou valores igualmente merecedores de atenção, se não no plano legal (defendido pelo ordenamento jurídico), ao menos no plano ético.

No caso específico dos jornalistas, esta alternativa foi sempre defendida com particular empenho e vigor, pois associa-se a uma das características fundadoras do estatuto do profissionalismo de que eles tão persistentemente vêm tentando reivindicar-se. Com efeito, uma das essenciais marcas distintivas das profissões ‘estabelecidas’ é a faculdade de exercerem o seu *métier* de modo autónomo, definindo eles próprios as suas regras e normas de conduta, tanto profissionais como deontológicas, e velando pelo seu cumprimento na base de um poder jurisdicional exercido pelos próprios pares – os únicos a quem é reconhecida autoridade para tal.

A verdade, porém, é que os instrumentos e mecanismos de auto-regulação dos *media* se têm desenvolvido de forma bastante desigual conforme os países, seus sistemas políticos e sua tradição histórica, e a reputação de que gozam não será também das mais positivas, seja porque é hoje mais contestada uma ideologia do profissionalismo que se associa a um fechamento ‘corporativo’ do grupo profissional sobre si próprio (com eventuais abusos dessa posição privilegiada e tendencialmente impune), seja porque muitos dos exemplos concretos conhecidos deixam a desejar sobre a sinceridade de propósitos e a eficácia de actuação. Naturalmente, quando estes sentimentos se avolumam, aumenta proporcionalmente a tendência de instituir ou reforçar instrumentos e mecanismos de hetero-regulação, correndo-se o risco de comprometer alguma liberdade em troca de uma maior capacidade de prevenir ou punir os abusos cometidos à sua sombra. Independentemente de se poder, com isso, estar a remediar um mal com um mal ainda maior, importa sobretudo realçar que em tal processo acabam por ser confundidos âmbitos de actuação diferentes, transferindo-se para o campo da lei ou da norma jurídica o que pertence ao campo da ética e do preceito moral.

Concordando embora que há, nestes dois âmbitos, zonas de alguma sobreposição ou proximidade, o certo é que a hetero-regulação e a auto-regulação devem ser entendidas como complementares e não como mutuamente exclusivas. Aliás, talvez seja a insuficiente compreensão da especificidade e alcance de cada um dos domínios que acaba por gerar confusões e dificultar entendimentos alargados, tanto da banda dos que, tradicionalmente habituados à presença tutelar do Estado, imaginam que nada de eficaz se pode fazer sem a sua regulação, como da banda dos que, fiéis incondicionais do modelo liberal, sustentam que só se pode ser livre se o Estado não regular coisa nenhuma nesta matéria¹⁸. Uns e outros têm apenas parte da razão, e será útil reflectir sobre isso, até porque, como diz Grevisse (1998:8), esta espécie de afrontamento constante entre hetero-regulação e auto-regulação “longe de fazer progredir o debate no terreno da comunicação pública, encerra-o em representações corporativas e individualistas”.

¹⁸ É também por este motivo que, de acordo com Cornu (1998), tem sido tão difícil estabelecer consensualmente algumas instâncias reguladoras do jornalismo no plano internacional, seja sob os auspícios da ONU, seja da UNESCO ou do Conselho da Europa. Diversas tentativas no sentido de “instalar uma regulação a partir de cima”, nesse âmbito, acabaram por fracassar ou ficar aquém dos seus objectivos por causa, no entender daquele autor, de uma “fixação numa concepção liberal que baseia toda e qualquer forma de regulação, com excepção do respeito pelas leis, apenas numa disciplina interna e livremente consentida” (Cornu, 1998: 33).

Há, como vimos, um lugar para alguma hetero-regulação do sector dos *media*, desde logo para garantir as condições de funcionamento efectivo das liberdades de expressão e de imprensa, até porque os jornalistas, nas condições estruturais em que exercem a sua actividade, não estão em posição de o fazer sozinhos – e os empresários do sector têm interesses de negócio que nem sempre se dão bem com as exigências de uma responsabilidade social. Como Cornu (1999) insistentemente sublinha, a **deontologia do jornalismo** não resume nem assume, por si só, todas as demandas e responsabilidades de uma mais vasta **ética da informação**, cuja “exigência normativa” (*ibid.*: 430) vai muito para além da aplicação de regras funcionais reguladoras das práticas e procedimentos profissionais (sem dúvida necessárias, mas decerto insuficientes). As atenções a este domínio devem alargar o seu enfoque:

A análise sistémica [¹⁹] mostra bem como a responsabilidade dos jornalistas não pode ser abstraída de uma reflexão global sobre a ética dos *media*. A insistência da tradição liberal em fazer da auto-regulação dos jornalistas um pára-vento desta problemática indica claramente que é talvez nesta opacidade que se situa o fundamento dos impasses actuais (Grevisse, 1998: 11-12).

Afinal, por muito autónomo que possa (ou deva) pretender ser o sistema mediático, isso não significa que ele possa (ou deva) viver isolado da realidade que o rodeia e que com ele interage: trata-se de um campo complexo, cruzado por múltiplos actores e variadas influências, que se vê mal como possa viver exclusivamente entregue a si próprio e dependente em absoluto da sua capacidade auto-reguladora. E no que tem a ver especificamente com os jornalistas, estará claro que a sua função é exercida em moldes e contextos que não permitem a sua identificação plena, nalgumas dimensões importantes, com o modelo ideal-típico do profissional liberal.

Não obstante tudo isto, no outro prato desta balança de desejados equilíbrios há também, e é bom que haja, lugar de relevo para alguma auto-regulação da actividade jornalística e dos *media*, desde logo para preservar elementos essenciais da sua autonomia e fazer por os merecer – não enquanto privilégio de duvidosa legitimidade, mas enquanto condição imprescindível para o exercício simultaneamente livre e responsável de um tão sensível serviço público. Além disso, é pelo exercício da auto-regulação que os *media* mantêm a exigência ética no centro do processo comunicativo (não se entregando à facilidade da ‘regra’ segundo a qual ‘é permitido tudo o que não é proibido por lei’) e que

¹⁹ Uma análise que, recorde-se, foi especialmente desenvolvida por Michel Mathien (1989; 1992) no que toca especificamente ao campo mediático.

dão corpo concreto ao imperativo de *accountability* onde assenta a sua legitimação social. E neste compromisso restituem ao público o seu devido lugar enquanto actor de corpo inteiro, desejavelmente participativo (e não mero receptor passivo, como frequentemente tende a ser tratado) no processo global da comunicação.

Algumas opiniões e sensibilidades particulares quanto a este assunto parecem radicar num insuficiente conhecimento do que é efectivamente a auto-regulação e, por conseguinte, do que pode ou não esperar-se dela. Valerá a pena, portanto, tentar esclarecer melhor o que ela é – e o que não é.

5.1. O que a auto-regulação é...

Falando em termos genéricos, Moreira (1997: 52-53) aponta três traços que são característicos da auto-regulação. Desde logo, “é uma *forma de regulação*, e não ausência dela”; ou seja, “auto-regulação é uma espécie do género regulação”. Depois, “é uma forma de *regulação colectiva*”, pois “não existe auto-regulação individual” (a auto-contenção ou auto-disciplina “não é regulação”, uma vez que esta necessariamente “envolve uma organização colectiva que estabelece e impõe aos seus membros certas regras e certa disciplina”). Finalmente, “é uma *forma de regulação não estadual*”, mesmo que possa assumir, em termos jurídicos, tanto uma natureza simplesmente privada, como uma natureza pública (quando exercida por entidades privadas a quem foram publicamente conferidos poderes para tal – por exemplo as Ordens profissionais).

Especificamente no que respeita à comunicação mediática, poderíamos dizer, assim, que a auto-regulação é um processo livre e voluntário (traduzido em diversos instrumentos, mecanismos e iniciativas) de os protagonistas directos da actividade mediática, no contexto das organizações que integram, ‘controlarem’ a sua actividade em moldes susceptíveis de garantir que ela se ajusta aos princípios e valores éticos decorrentes da sua responsabilidade social. Ao contrário da hetero-regulação, é um processo do domínio privado, não estatal, embora as suas consequências acabem por ter uma inequívoca dimensão pública (Aznar, 2005a). Trata-se, no fundo, de “um compromisso social de melhoria da comunicação pública” (Aznar, 2005b: 33) e que, por isso, se fortalece tanto mais quanto mais se assuma tal compromisso comum por parte de todos, e em especial os mais directos protagonistas do processo comunicativo: os profissionais que produzem a informação, os proprietários e gestores que dirigem as empresas através das quais ela é processada e difundida, e, muito importante, o público que a consome.

Dois elementos são essenciais em todos os mecanismos auto-reguladores: por um lado, eles têm entre os seus objectivos fundamentais a “promoção dos bens internos da comunicação” pública (Aznar, 2005a: 13-14), e não a prossecução de quaisquer fins particulares – individuais, corporativos, empresariais – alheios aos valores próprios dessa instituição social; por outro lado, decorrem sempre (na sua implementação e na sua efectivação) da livre iniciativa e do compromisso voluntário de quantos intervêm activamente no processo comunicativo. Nisto se distinguem de processos externos de regulação directa ou indirecta dos *media*, sejam os que emanam do Estado, sejam os que decorrem do mercado – e que, tendo a sua razão de existir para garantir dimensões importantes do funcionamento livre dos *media*, não podem (ou não devem) assegurar a qualidade, o sentido cívico e o escrúpulo ético do serviço prestado aos cidadãos.

A auto-regulação supõe que o ajuste normativo dos *media* seja deslocado do Estado – com a sua regulação jurídico-administrativa – e do mercado – com a sua regulação económica –, para a *sociedade civil*, com a sua *regulação ética*. (...) Deste modo pode tornar-se efectiva a exigência de responsabilidade que a sociedade coloca aos *media*, sem o risco de restringir a sua liberdade e evitando também a amoralidade – ou imoralidade – própria do mercado (Aznar, 2005a: 14, realces do autor).

O papel do Estado enquanto regulador de actividades com incidência social tem já, por regra, o propósito de temperar e corrigir, em nome do interesse geral, eventuais excessos, distorções ou exclusões decorrentes de uma pura lógica de mercado, no qual as empresas se movem por legítimos interesses particulares. Isso sucede na educação, no trabalho ou na saúde, sendo certo, porém, que no caso dos *media*, dado o melindre decorrente do facto de estar em causa o direito primordial da liberdade de expressão – que implica direito de palavra, direito de opinião, direito de crítica ao próprio Estado e suas instituições –, é especialmente recomendável que essa intervenção reguladora se restrinja aos mínimos indispensáveis. Ora, como diz ainda Aznar (*ibid.*: 13), entre esse “mínimo denominador comum” que as leis devem garantir – impondo-se com carácter coercivo a todos os *media* e a todos os profissionais em nome da defesa de direitos básicos dos cidadãos –, e uma comunicação “guiada por critérios e princípios éticos”, sobra um espaço muito amplo. A tarefa específica da auto-regulação inscreve-se precisamente aqui: em “tratar de cobrir a distância entre o mínimo regulador do Direito e o ideal ético exigível a uma esfera de actividade social”, com isso “propiciando que cada um assuma a sua parte correspondente de responsabilidade” (*ibidem*). Porque, afinal, “se o Direito se relaciona com questões de *mínimos*”, pelo contrário “a ética tem a ver com questões de *máximos*” (Villanueva, 1998: 19, realces nossos).

Não deve inferir-se daqui uma completa desconsideração – e muito menos uma espécie de ‘diabolização’, cultivada em certos círculos políticos e culturais – do papel desempenhado pelo mercado no desenvolvimento e manutenção de uma multifacetada comunicação de massas, com a sobrevivência económica garantida essencialmente pelas receitas de venda livre do seu duplo produto-serviço (informação e publicidade), e já não, como noutros contextos, pelo subsídio governamental, partidário ou corporativo. A satisfação dos consumidores, aliada ao respeito pelos seus direitos e expectativas enquanto consumidores, continua a ser um importante factor de regulação da actividade, baseado essencialmente na “lei da oferta e da procura”. Mas não pode nem deve ser o único. Se é verdade que “a auto-regulação só tem sentido num contexto de liberdade” (Aznar 2005b: 32) e que “os pressupostos liberais constituem o único terreno natural em que frutifica a liberdade de uma sociedade aberta, plural e democrática” (*ibid.*: 22-23), não é menos verdade que tais pressupostos liberais “devem ser adequadamente complementados e actualizados no correr dos tempos, sob pena de ficarem desfasados e com isso colocarem em jogo a sua própria vigência e validade” (*ibidem*).

A doutrina liberal tem de ser complementada e não pode sê-lo em absoluto, como pretendem os neo-liberais, pela lógica do mercado. O que deve complementar os pressupostos liberais da liberdade dos *media* é a exigência de responsabilidade aplicada à sua actividade. (...) Não se fala aqui de controlo político, mas de responsabilidade social, a partir do compromisso livre e rigoroso dos agentes sociais, ou seja, de todos nós.” (Aznar, 2005b: 23).

Por muito valiosa e imprescindível que seja essa liberdade de cada pessoa decidir, em última instância, comprar este jornal e deixar de comprar aquele, parece coisa pouca reduzir a tal escolha as oportunidades de participação na vida de uma instituição social tão influente, como são os *media*, na construção das representações que fazemos do real e no(s) sentido(s) que lhe atribuímos. Também aqui pareceríamos ficar apenas por “mínimos”. Ora, se os *media* não são só uma mercadoria como qualquer outra, também os seus consumidores não são só consumidores: são, além disso, cidadãos que deles dependem em alguma medida para o exercício informado, autónomo e crítico da sua cidadania. E, enquanto titulares do direito à informação – alicerce fundador e legitimador do trabalho jornalístico –, merecem ter um pouco mais de palavra do que a que o mercado, na sua lógica própria, costuma reservar-lhes.

É também por esse carácter muito próprio do produto/serviço constituído pelos *media* – e que lhes vale algumas situações de relativo privilégio – que os empresários do sector são igualmente sujeitos activos do desafio da auto-regulação, seja facilitando a implementação de mecanismos auto-reguladores no espaço particular das suas empresas,

seja promovendo eles mesmos, já no âmbito da gestão e das decisões que lhe são próprias, iniciativas voltadas para a prossecução efectiva de uma responsabilidade social que – para além da legítima procura do lucro – não devem igualmente enjeitar. E isto tanto pode traduzir-se no aval à contratação de um Provedor do Leitor (que custa o seu dinheiro), como na participação activa num Conselho de Imprensa (veja-se o caso mais conhecido da *Press Complaints Commission (PCC)*, na Grã-Bretanha), como ainda na adesão a iniciativas pontuais de auto-contenção no tratamento sensacionalista de matérias informativas mais sensíveis (como, em anos recentes, já foi ensaiado aqui e ali pelos mais altos responsáveis das três empresas de televisão portuguesas – RTP, SIC e TVI).

A par dos aspectos positivos destas iniciativas, sublinhe-se entretanto que, nalguns casos, elas também deram mostras de aproveitamentos indevidos, invocando os princípios orientadores da auto-regulação para fins não necessariamente coerentes com ela e com a sua genuína preocupação ética. Daí que, depois de termos visto o que a auto-regulação é, convenha vermos rapidamente o que ela **não é**.

5.2. ... e o que a auto-regulação não é

Desde logo, auto-regulação não é o mesmo que ética e deontologia da comunicação, embora com estes conceitos se relacione intimamente. Eles situam e enquadram a reflexão sobre a dimensão moral desta actividade profissional, definindo os grandes princípios, valores e normas de conduta que a devem guiar e, em complemento, persuadindo as consciências individuais a comprometerem-se com eles. Nesse sentido, fundamentam e alimentam os propósitos auto-reguladores. Mas é a estes que cabe, depois, estabelecer mecanismos que tornem efectiva a deontologia, “convertendo-a numa exigência que a sociedade projecta sobre uma determinada actividade social, para além das opções pessoais que possam tomar-se” (Aznar, 2005b: 16). É a institucionalização de mecanismos de auto-regulação que acaba por dar visibilidade e continuidade à preocupação ética e ao compromisso deontológico, conferindo-lhes um carácter de procedimento habitual indissociável da própria actividade, e não o confinando a esforços ou medidas pontuais (ou individuais) de controlo da conduta profissional.

Em segundo lugar, não deve confundir-se auto-regulação com censura. Bem pelo contrário, ela visa precisamente assegurar que a comunicação social não é colocada ao serviço de fins impróprios ou alheios aos seus “bens internos”, mantendo-se fiel à sua vocação de serviço público desinteressado e responsável. Como já deixámos dito, há uma

diferença essencial entre o condicionamento ou **restrição** da liberdade de informar, com propósitos de instrumentalização dessa liberdade em favor de interesses particulares (políticos, económicos, comerciais) – que é o que faz qualquer tipo de censura – e a **regulação** das modalidades concretas de aplicação dessa liberdade no respeito por outras liberdades igualmente importantes (direito ao bom nome e imagem, reserva da vida privada, presunção de inocência) que possam ser afectadas no processo. A auto-regulação não só é totalmente diferente da censura, como acaba por ser a melhor defesa contra ela:

Diferentemente dos que olham para a auto-regulação como uma restrição da liberdade, na realidade há uma correspondência clara entre uma sociedade vertebrada, democrática e livre, e o seu nível de auto-regulação (...). Quanto mais exista uma comunicação regulada pelos seus próprios actores (incluindo, desde logo, o público), e mais ela seja guiada pelos seus valores e bens internos, menos sujeita estará a interesses e fins alheios; por conseguinte, mais livre será (Aznar, 2005a: 17).

Se não deve confundir-se com censura, a auto-regulação não deve igualmente confundir-se com auto-censura, esse inimigo insidioso – e bastante propagado hoje em dia – de um trabalho informativo rigoroso, independente, exercido com real autonomia de pensamento e acção. É, de algum modo, um desvio pior do que a própria censura, na medida em que implica a interiorização de critérios alheios ao processo comunicativo propriamente dito. E fá-lo, frise-se, sem coacções externas explícitas e com preocupações sobretudo pessoais (medo de perder o emprego, desejo de satisfazer uma fonte, vontade de obter sucesso a qualquer preço). Se a ultrapassagem destes riscos passa, antes de mais, pela melhoria das condições económico-laborais em que os jornalistas trabalham, pela sua progressiva exigência no domínio ético-deontológico e pela melhor compreensão, por parte dos patrões e empresários, da especificidade do seu ofício²⁰, pode passar igualmente pelo compromisso com a auto-regulação, com o que isso implica de exercício de liberdade, de responsabilidade – e de coragem.

Confundir auto-regulação com a imposição de determinados conteúdos morais específicos ou colocá-la até em oposição ao adequado cumprimento de certos deveres profissionais (por exemplo, coibir-se de divulgar uma informação de interesse público por

²⁰ É neste contexto que pode, a nosso ver, situar-se a sugestão de Bourdieu (1996) de que os jornalistas se empenhem sobretudo na criação de “condições de possibilidade de uma virtude”, procurando reforçar aquilo que designa por “constrangimentos virtuosos” – os que ‘empurram’ para a virtude – e, em contrapartida, limitar ao máximo os “constrangimentos viciosos” – os que ‘empurram’ para o erro ou a falta. E explicita assim a sua ideia: “Podemos pedir ao grupo [profissional] que, em vez de fazer moral e de apelar nesse sentido às consciências e às vontades, crie as condições nas quais os seus membros terão mais hipóteses de se conduzir moralmente”. E essas condições não têm apenas a ver com o enquadramento socio-económico ou laboral, como aqui referimos, mas também com iniciativas próprias no seio da comunidade jornalística, como mais adiante veremos. “É preciso levar em conta as condições sociais (e económicas), positivas e negativas, do exercício da ética”, resume Bourdieu (1996).

ter sido solicitado o seu embargo até determinada hora ou por ter sido obtida *off the record*, com o compromisso de reserva) é outra das incompreensões muito frequentes, inclusive em certos meios jornalísticos que ridicularizam os profissionais mais escrupulosos nessa matéria, chamando-lhes depreciativamente “fundamentalistas” ou “papas da deontologia”. Mais uma vez – e este assunto remete-nos para as implicações da reflexão ética tal como foi apresentada no capítulo anterior –, comete-se à auto-regulação o que não cabe verdadeiramente nela, pois ela alicerça-se nos pressupostos partilhados de uma ética pública, bem como nos critérios e exigências próprios da comunicação e nos princípios de uma sociedade democrática, e não em qualquer doutrina, crença ou ideologia particular. Até por isso, entretanto, é útil que ela seja “fruto do maior consenso possível” (Aznar, 2005a: 18), envolvendo pedagogicamente um cada vez maior número de agentes sociais – do grupo profissional, das empresas e do público.

Finalmente, merece ser referido o (ab)uso, a que por vezes se assiste, da auto-regulação mais em termos de auto-defesa e de salvaguarda de um território próprio, fechado a qualquer interferência ou partilha externa, do que propriamente de genuína preocupação ética.

No caso dos jornalistas, esta é uma das fontes de maiores críticas quanto à alegada ineficácia de mecanismos auto-reguladores, sobretudo os vocacionados para a verificação do cumprimento das normas deontológicas e correspondente responsabilização de quantos as infringem. Na prática, estes mecanismos sofrem frequentemente deriva corporativa que paralisa a capacidade dos profissionais de criticarem os seus pares – ou levam preferencialmente à ‘digestão’ sigilosa de tais críticas no seu seio, quando não a atitudes de sistemática desculpabilização, imputando-se a terceiros e às condições do exercício da profissão as culpas por todos os erros e omissões.

No caso das empresas mediáticas, algumas vezes têm levantado reservas ao modo como os empresários, por exemplo, aproveitam a sua participação na *Press Complaints Commission* britânica para, com esse argumento, inviabilizarem iniciativas legislativas do Estado (Frost, 2000) até em matérias tão sensíveis como o “direito de resposta” (O’Maley & Soley, 2000) – um direito, recorde-se, consagrado desde há décadas na lei de imprensa em Portugal. Ora “a auto-regulação não tem como objectivo proteger a liberdade *dos empresários* da comunicação, mas os valores e os bens internos *da comunicação*”, como lembra Aznar (2005a: 18, realces do autor), acrescentando que as chaves da auto-regulação não devem ser procuradas “na estrutura empresarial dos *media*, mas no *processo social da comunicação*, de que as empresas são apenas mais uma parte” (*ibidem*).

Uma outra tentação de aproveitamento indevido do rótulo da auto-regulação por parte das empresas mediáticas tem a ver com aquilo a que chamaríamos “pactos de não-agressão” entre órgãos de comunicação social, decorrentes mais de uma mera preocupação com o negócio – e com as consequências de uma concorrência demasiado agressiva pela busca de audiências – do que de qualquer sobressalto ético ou sentido de responsabilidade social. Disso já tivemos recentemente algum exemplo em Portugal (Fidalgo, 2004), quando as estações de televisão, preocupadas com o tempo e os meios materiais e humanos gastos na cobertura em directo de certas matérias de grande impacto emocional (e, portanto, tendencialmente geradoras de audiências) procuraram auto-limitar-se nesse domínio particular, mas só na condição de todos os concorrentes fazerem o mesmo. Ou, então, admitindo umas abdicar da extensão excessiva de certos programas de duvidoso interesse e qualidade desde que, e só desde que, os canais concorrentes abdicassem também de uma demasiada aposta em *reality shows*, por exemplo. Em ambos os casos – a utilização da auto-regulação como uma “moeda de troca” para ganhar vantagens noutros tabuleiros ou como um “pacto de não-agressão” que faz depender as mudanças próprias de mudanças alheias – parece faltar um elemento essencial da auto-regulação mediática: “faltam os princípios, faltam os valores aos quais supostamente se adere, e em nome dos quais se deseja (auto)regular algo que ficou ‘selvagem’” (Fidalgo, 2004: 185).

Quem se rege por valores não faz depender a mudança própria apenas da mudança do outro. E quem só admite corrigir uma situação ‘selvagem’ desde que o concorrente directo o faça também, está mais preocupado em salvaguardar as audiências e o negócio do que a qualidade ou o rigor ético da sua programação. É preferível, naturalmente, que as empresas mediáticas se entendam nestas matérias em vez de deixarem tudo a deteriorar-se ao sabor das circunstâncias; mas não parece tratar-se verdadeiramente de auto-regulação dos *media* no sentido mais genuíno e mais nobre do termo.

5.3. Entre as boas intenções e a duvidosa eficácia

As confusões, incompreensões ou aproveitamentos indevidos são uma das causas pelas quais a auto-regulação nem sempre goza da melhor reputação ou tem dificuldade em se impor aos protagonistas da comunicação como um meio de efectivamente a melhorar e aproximar dos seus objectivos sociais mais destacados.

Não é difícil, naturalmente, encontrar fragilidades e limitações num processo exigente como este que, sem o respaldo de leis taxativas e coacções externas, acaba por

depende, no essencial, de um compromisso livre e responsável (tanto em termos das consciências individuais como dos colectivos profissionais) com princípios e valores que vão muito contra a corrente das pressões dominantes nos dias de hoje. E é exactamente em função da omnipresente lógica de mercado que se explica uma das maiores fraquezas (ou perversões) do uso da auto-regulação: a sua redução a um conjunto de iniciativas mais ou menos cosméticas, exibidas ao público como se de genuínas preocupações éticas se tratasse, mas sem real incidência prática na fiscalização e transformação de condutas menos consentâneas com os “bens internos” da comunicação. Ou seja, meros instrumentos de promoção da imagem e de autêntico *marketing*, no pressuposto de que “a ética vende”.²¹

Alguns dos mecanismos de auto-regulação desenvolvidos entre nós – e que fazem gala de, entre outros aspectos, afirmar o seu desejo de ouvir mais a opinião do público para a levar em conta nas suas decisões – têm sido frequentemente acusados de servirem apenas como expedientes ao serviço da sua promoção própria, como uma espécie de actividade de “relações públicas” ou de “serviço de assistência pós-venda ao cliente”, sem real incidência prática. “*Many seem to want to be ethical only when it is marketable*”, ironiza Frost (2000: xiii), ao reflectir sobre algumas experiências relacionadas com a sinceridade da participação dos empresários britânicos de *media* na *Press Complaints Commission* (PCC). E mesmo no caso específico dos jornalistas, não são raras, em diversas latitudes, as sugestões de que eles se servem do ‘privilégio’ de se auto-regular em matéria ética e deontológica apenas para “permitir que o grupo se dê a si próprio uma boa consciência” e “dê para o exterior uma boa imagem de si” (Bourdieu, 1996).

Este perigo de incorrecta utilização dos instrumentos auto-reguladores vai a par de outro que já referimos: o de, à sua sombra, o grupo profissional dos jornalistas ou as associações de empresários do sector desenvolverem estratégias essencialmente defensivas dos seus interesses particulares, inviabilizando intervenções ou participações do exterior, fechando-se sobre si e continuando a alimentar os piores traços de uma lógica corporativa. A partir daqui propaga-se, como é fácil de imaginar, a crítica mais expandida à auto-regulação: a da sua suposta ineficácia. Mesmo os que lhe louvam a bondade de intenções e os méritos teóricos, sobretudo por contraposição a outras alternativas reguladoras que

²¹ Uma versão algo diferente desta ‘máxima’ foi em tempos enunciada por uma conhecida produtora de televisão portuguesa que, confrontada com o facto de alguns dos seus programas entrarem por terrenos de duvidoso escrupulo moral, respondeu algo como: “Não é a ética que me dá de comer...”.

podem fazer perigar os alicerces essenciais da liberdade de expressão e de imprensa, acabam frequentemente por se confessar rendidos à evidência de que os abusos e derrapagens éticas dos *media* se repetem sem que os mecanismos de auto-regulação consigam pôr-lhes cobro – mesmo quando publicamente os criticam e condenam de modo veemente. E, nestas situações, a tentação maior vai no sentido de exigir novas medidas hetero-reguladoras (legais e judiciais), como que abdicando de melhorar e reforçar os próprios mecanismos e instrumentos de auto-regulação.

Este problema de maior eficácia prática não é de muito fácil resolução, todavia. Se se quer resistir à tentação de tudo cometer às leis e ao poder de intervenção do Estado, ou de caminhar no sentido de uma total ‘juridificação’ dos princípios éticos e normas morais, haverá sempre uma zona de relativa indefinição que, no limite, remete para o foro das consciências individuais e para a responsabilidade inalienável das suas decisões. Diz-se, por exemplo, que uma das razões da menor eficiência da auto-regulação deontológica tem a ver com o carácter relativamente genérico e elástico das suas normas²². Embora os códigos deontológicos existentes no mundo sejam muito diversos quanto ao grau de pormenorização a que chegam, parece óbvio que nunca poderão ser previstas todas as situações concretas. Mas, mesmo que o fossem, estamos num domínio de grande sensibilidade (como é o da ética) para o qual não é possível desenhar soluções pré-formatadas. Como vimos detalhadamente no capítulo anterior, o princípio da observância dos preceitos deontológicos não desobriga o jornalista de uma interrogação ética que pode levá-lo a ter de “dominar a regra dominante” e arriscar uma decisão que contraria normas estabelecidas. Ou seja, a própria natureza destas normas apontará sempre para alguma flexibilidade – que não deve, ainda assim, confundir-se com relativismo.

5.4. Sanções ‘materiais’ ou ‘morais’?

O que se diz das normas pode dizer-se, em alguma medida, das **sanções**. E este é outro ponto sensível nas visões mais críticas da auto-regulação, que tendem, em boa

²² Diz-se também que elas por vezes carecem de representatividade e de legitimidade, sobretudo quando (como é o caso em Portugal) as questões éticas e deontológicas são dirimidas num órgão que existe na órbita do Sindicato dos Jornalistas (mesmo funcionando com independência dos órgãos sindicais), sendo certo que a filiação nesse sindicato não é obrigatória – e não engloba, de facto, todos os jornalistas.

verdade, a associar a sua menor eficácia a uma ausência de sanções – ou ausência de força real para as impor.

Note-se que estão aqui em causa dois problemas diferentes.

Uma questão é um mecanismo auto-regulador – como, por exemplo, o Conselho Deontológico dos jornalistas – não revelar grande capacidade para decidir ou impor as sanções que caberiam nas suas atribuições. E isso, no caso, pode dever-se a uma filosofia mais ‘pedagógica’ do que ‘sancionadora’, à pouca operacionalidade do próprio órgão, à submissão a lógicas corporativas tendencialmente proteccionistas, ou até (situação muito pertinente no caso do trabalho jornalístico) à enorme dificuldade em discernir até que ponto a efectiva responsabilidade de uma falha ética deve ser imputada ao jornalista, individualmente considerado, ou a quem com ele co-assume as decisões de um processo redactorial eminentemente colectivo: quem agenda, quem pagina, quem titula, quem edita, quem corta, quem dirige, quem manda. O desenho final de uma peça jornalística, tal como chega aos olhos ou ouvidos do público, é o resultado de uma longa cadeia produtiva, especializada e hierarquizada, que começa nas grandes orientações empresariais e editoriais do respectivo órgão de comunicação e termina no jornalista que assina o trabalho. Este dispõe, é certo, de alguma margem de liberdade (logo, também de responsabilidade) na feitura do seu trabalho; mas, pelo meio, ele recebe contributos (acrescentos, cortes, modificações, alinhamentos) de muitos outros profissionais, mais ou menos anónimos aos olhos do público mas não menos responsáveis. Decidir, nestas situações, a quem deve em primeira ou última instância ser atribuída a culpa por um erro ou uma falha no plano ético é muitas vezes difícil – para não dizer impossível. Daí que a tendência vá habitualmente para a culpabilização do órgão de comunicação no seu todo, com o que isso tem de justo (é, afinal, o “título” que o público conhece e a “marca” que o público compra), mas também com o que pode ter de injusto (diluindo culpas num colectivo sem rostos e, portanto, sem responsabilidades pessoais).

Questão diferente desta é a da inexistência de sanções em sede de auto-regulação – ou, se quisermos ser mais rigorosos, de sanções **materiais**. Os mais cépticos ou desencantados quanto à auto-regulação costumam, precisamente, apontar como causa principal da sua suposta ineficácia a ausência de sanções efectivas e ‘que doam’ – traduzidas em multas, suspensões do trabalho sem vencimento, retirada do título profissional, etc. –, considerando que só por essa via ela terá uma real força dissuasora quanto a comportamentos eticamente reprováveis. Em contrapartida, os que insistem em que não deve confundir-se a ordem jurídico-legal com a ordem ética e moral entendem que

não é por essa via que a auto-regulação se afirma na sua especificidade e, pelo contrário, depressa se veria absorvida pelos instrumentos e mecanismos típicos da hetero-regulação, dimanada dos poderes legislativo, executivo e judicial. Ora, acrescentam, já há leis suficientes a enquadrar a actividade dos *media* – e qualquer pessoa, num Estado de direito democrático, tem sempre, em última instância, a possibilidade de recorrer aos tribunais quando se sinta credora de algum tipo de reparação. Para além disso, afirmar que uma **sanção moral** – uma chamada de atenção, uma repreensão, uma reprovação pública de determinada conduta (feita pelos próprios pares, sublinhe-se) – não é verdadeiramente uma sanção, talvez não corresponda à verdade. Com efeito, o bem maior de um jornalista é a credibilidade, a seriedade, o prestígio profissional do seu nome junto do público. Vê-lo exposto e criticado por infracções a um código de conduta que procura preservar os princípios e valores éticos mais sensíveis da actividade profissional tem, forçosamente, o seu impacto. Podia ter ainda mais, é certo. Mas também neste domínio específico a alternativa da auto-regulação tem uma particular exigência, como bem faz notar a investigadora espanhola Cristina Mañero:

O sucesso da auto-regulação exige um clima profissional e social que valorize adequadamente a importância dos juízos morais e que não actue somente face à imposição daquilo que está dotado de coacção e força externa (Mañero, 2000: 173-174).

Poderá objectar-se que um jornalista pouco escrupuloso relativamente aos seus deveres deontológicos está, por maioria de razão, pouco preocupado com o juízo dos seus pares nessa matéria, e muito menos com sanções de tipo moral: se estivesse preocupado com elas, teria também, à partida, uma maior exigência ética. É um pouco o mesmo raciocínio que leva a dizer-se que os mecanismos auto-reguladores são activados sobretudo nos órgãos de comunicação social que, de certo modo, menos precisariam deles (dado incorporarem já, habitualmente, esse tipo de preocupações no seu trabalho habitual – veja-se o caso dos jornais “de referência”), e em contrapartida não têm grande popularidade ou aceitação nos *media* teoricamente mais necessitados desses instrumentos de vigilância e de *accountability* (por exemplo, os tablóides sensacionalistas). O problema é que a própria adesão aos processos de auto-regulação que não se reduzam a estratégias defensivas ou propagandísticas implica uma certa cultura de exigência e rigor, uma aceitação clara de deveres articulada com os direitos conferidos, um sincero compromisso prévio, individual e colectivo, com os princípios éticos e as regras deontológicas da profissão que não se resuma aos “mínimos” da letra da lei e ao medo de uma sanção. Por

isso é um processo de longo prazo, no que respeita ao esforço de melhorar os *media* e de tornar mais transparente a sua relação com o público.

Neste sentido, a desvantagem das sanções ‘apenas’ morais é, de algum modo, também uma das principais vantagens da auto-regulação e do seu carácter distintivo relativamente a outras instâncias reguladoras. Basicamente, não se deixa ‘juridificar’, não se deixa confundir com o (ou absorver pelo) universo da lei e das suas lógicas próprias. Entre um e outro universos há diferenças importantes, como sintetiza Villanueva (2000), a propósito da deontologia jornalística:

- as normas éticas são **autónomas** (criadas pelo sujeito que as deve cumprir), enquanto as normas jurídicas são **heterónomas**;
- as normas éticas são **imperativas** (estabelecem obrigações para o sujeito que as criou), enquanto as normas jurídicas são **imperativo-atributivas** (estatuem obrigações mas também conferem direitos);
- as normas éticas são **voluntárias**, enquanto as normas jurídicas têm um **carácter coercivo**, associado a sanções ‘materiais’;
- as normas éticas são **particulares** (dirigem-se, no caso em apreço, apenas aos membros do grupo profissional), enquanto as normas jurídicas são **gerais**;
- as normas éticas têm como propósito a **dignificação e o reconhecimento** social, enquanto as normas jurídicas têm como finalidade assegurar as **condições mínimas para a coexistência** pacífica dos homens na sociedade²³.

Daí que convenha estabelecer com alguma clareza, e sem ambições desproporcionadas, o papel específico que deve caber à auto-regulação, insistindo naturalmente em a ir disseminando, melhorando e reforçando, mas tendo em mente que se trata (no caso dos *media*) de um processo ainda recente, ainda em aprendizagem nalguns

²³ Sem prejuízo desta pertinente distinção entre os domínios do direito e da deontologia, a verdade é que eles por vezes se sobrepõem ou até confundem. Exemplo claro disso, em Portugal, é o Estatuto do Jornalista, uma lei aprovada pela Assembleia da República mas que, no seu artigo 14º, estabelece um conjunto de deveres para os profissionais – rigor e isenção, não discriminação das pessoas em função da cor, sexo ou religião, respeito pela privacidade, não abuso da boa fé das pessoas, etc. – que coincidem bastante, no espírito e na própria letra, com os preceitos do Código Deontológico. Aliás, a anterior versão deste estatuto estabelecia até a obrigatoriedade legal de os jornalistas adoptarem um Código Deontológico, no que parecia contrariar, como sublinham Carvalho *et al.* (2005: 286), “a tradicional autonomia dos jornalistas nessa matéria”. Entretanto, o mesmo diploma legal que estabelece estes deveres (ligados claramente ao foro ético, embora nalguns casos possam também traduzir-se no desrespeito de direitos básicos dos cidadãos) não prevê qualquer sanção para o seu incumprimento. Significa isso que a relevância das ditas normas nesta sede decorrerá apenas “da possibilidade de poderem fundamentar a jurisprudência dos tribunais ou as deliberações da entidade reguladora da comunicação social” (*ibidem*).

aspectos, ainda a fazer o seu caminho – que é um caminho de transformação profunda, interior, do modo de lidar com a *responsibility* e com a *accountability* associadas à actividade mediática, em terrenos que o Direito dificilmente pode (ou deve) cobrir.

Aznar (1999, 2005b) sintetiza assim as quatro funções básicas da auto-regulação:

- 1) **Formular publicamente as normas éticas** que devem guiar a actividade dos *media*, explicitando e assumindo, perante todos, os princípios e valores que os guiam. Neste sentido, a auto-regulação distingue-se claramente da área do Direito, pois orienta-se para a dimensão moral da actividade, mas não quer ficar resumida apenas ao plano das consciências individuais, antes comprometer-se de facto, de modo público e notório, com a incidência prática dos compromissos que assume – é a exigência de *accountability* que procura satisfazer. A esta função se ligam directamente, por exemplo, os Códigos Deontológicos e os Livros de Estilo.
- 2) Contribuir para que **se criem e desenvolvam as condições** (laborais, profissionais e sociais) que tornem possível “o cumprimento *normal*” (Aznar, 1999: 45, realce do autor) das exigências éticas e deontológicas da comunicação. É um aspecto relevante, este, pois não faz depender a adequada conduta profissional unicamente dos esforços pessoais de cada um: a deontologia e a ética profissionais “não podem ser património de heróis ou de pessoas sacrificadas, mas algo comum entre todos os que realizam determinado labor” (*ibidem*). Para este ponto específico se orientam, por exemplo, os Estatutos da Redacção ou os Códigos de Empresa, quando os há – ou, no caso de Portugal, também os Livros de Estilo (que em vários casos incorporam estas preocupações).
- 3) **Expor perante a opinião pública**, bem como analisar, debater e julgar, **os casos** decorrentes de queixas do público ou suscitados por iniciativa dos próprios profissionais – casos em que os princípios éticos e as normas deontológicas da comunicação eventualmente tenham sido desrespeitados. É a função lógica decorrente dos passos anteriores: proclamados os critérios a seguir, estabelecidas as condições para o seu cumprimento, há que ser consequente com os compromissos publicamente assumidos e não esconder no seio da ‘corporação’ a apreciação (e condenação) de eventuais infracções. E com isto “os *media* vêm-se sujeitos também ao veredicto crítico da uma opinião pública para cuja formação querem contribuir” (*ibid.*: 45). Neste domínio específico inscrevem-se mecanismos como, por exemplo, os Provedores, os Conselhos de Redacção, os Conselhos Deontológicos e os Conselhos de Imprensa, onde os há.

- 4) Complementando esta função, e associando-se a estes mesmos mecanismos auto-reguladores, há uma última a que poderíamos chamar pedagógica: a partir da análise, debate e juízo sobre os casos concretos, desenvolve-se um **trabalho permanente de estudo, de reflexão e de aprendizagem sobre a dimensão moral** da actividade dos *media*, envolvendo todos os protagonistas do processo (os profissionais, os empresários e gestores, os públicos). Afinal, não é só o progresso tecnológico, empresarial ou organizacional que deve preocupar-nos: também o progresso ético da actividade mediática faz parte integrante da melhoria da sua qualidade e da sua adequação ao papel social que desempenha. E a compreensão mais funda de certos deslizes ou infracções nesta matéria, que não se confunde com a sua reprovação cega e liminar, ajuda-nos a ‘ler’ melhor também o contexto particular de relações de força em que hoje se movimentam os *media* e os seus profissionais, com isso facilitando a nossa abordagem crítica do que eles nos fornecem – e dos seus porquês. Assim, o processo global da auto-regulação

converte-se num processo circular de enriquecimento que permite à sociedade examinar e avaliar os efeitos das suas próprias actividades e avanços, estabelecer critérios práticos em benefício de todos e incorporar esta aprendizagem no acervo moral de uma determinada profissão ou actividade social (Aznar, 1999: 46).

Em resumo, as grandes vantagens da auto-regulação parecem ser – tendo sempre como pano de fundo a ideia de que se articulam aqui questões de **eficácia** mas também questões de **convicção** – (1) a sua possibilidade de articular equilibradamente os pólos da liberdade e da responsabilidade na actividade jornalística, (2) a sua capacidade de conjugar as boas vontades de todos os protagonistas do processo mediático com vista a uma maior exigência ética, e (3) o seu valor pedagógico no plano social, contribuindo para um melhor conhecimento e uma crítica mais qualificada do funcionamento dos *media*.

Ajudando a defender os ‘receptores’, este processo ajuda igualmente a defender os ‘emissores’, e a própria profissão no seu todo, ao expor e condenar as más práticas que a desprestigiam junto da sociedade (Mañero, 2000) e que, não raro, levam a que ela tome “a parte pelo todo”, com as perniciosas consequências que se conhecem. Fazendo-o, contribui, enfim, para dissuadir ou inviabilizar tentativas de interferência externa que muitas vezes não querem mais do que controlar a actividade com interesses particulares ou, no mínimo, podem ameaçar a sua liberdade.

Claro que este é um processo bem mais exigente do que outros – exigente para os jornalistas, exigente para os empresários dos *media*, exigente para o próprio público. Implica estudo e reflexão: Bernier (1998) insiste na importância de que os diferentes instrumentos e mecanismos de auto-regulação tenham bem claros os seus fundamentos científicos e normativos. Implica conhecimento, tanto dos profissionais como do público, pois só fazemos valer adequadamente os nossos direitos e deveres se temos boa noção deles. Implica vontade de participação e compromisso empenhado, pois o processo depende em boa medida do dinamismo da sociedade civil. Implica ainda paciência e confiança no futuro, por se tratar de um caminho também de mudanças interiores, de mentalidades, de modos de estar na profissão e na vida, que tem de ser encarado numa perspectiva de longo prazo.

Mas é neste contexto que devem ser avaliados tanto o valor como a eficácia da auto-regulação, não se reclamando dela o que ela eventualmente não pode dar – insistimos que esta é uma “regulação social” que complementa, e não exclui, a “regulação pública” (Aznar, 2005b: 27) – nem se medindo os seus contributos apenas pelo resultado, naturalmente incipiente e parcelar, de uma ou outra iniciativa pontual. A atenção à auto-regulação, não só dos *media* como de variados sectores da vida social, é algo de relativamente recente. O seu desenvolvimento ocorre na segunda metade do século XX, e em especial nas últimas décadas, quando as reivindicações de participação dos cidadãos na coisa pública deixam de se restringir aos enquadramentos político-partidários ou ao voto em eleições e o pólo da **sociedade** procura afirmar-se como terceiro vértice de pleno direito de um edifício até então partilhado quase em exclusivo pelos pólos do **Estado** e do **mercado**. A eficácia da auto-regulação deve, portanto, ser olhada com a percepção de que está ainda, em alguma medida, a dar os seus primeiros passos e, até por isso, não se generalizou a todos os espaços onde pode e deve actuar. Na verdade, o processo auto-regulador será tanto mais eficaz quanto mais se desenvolva nos diferentes tabuleiros em que tem lugar e quanto melhor funcionem todos eles no seu conjunto, numa espécie de “lógica de rede” (Aznar, 2005b: 25) que faz com que “a efectividade de cada um aumente conforme aumenta a quantidade e variedade dos demais” (*ibidem*).

E embora não sendo, certamente, a panaceia para a solução de todos os males e insuficiências dos *media*, a auto-regulação pode dar um contributo importante (e distintivo) para os melhorar. Mais do que desistir dela quando aparentemente ainda fica aquém do desejado – e ceder logo à tentação de exigir novos instrumentos de hetero-regulação e de coacção externa –, vale a pena continuar a apostar no seu aprofundamento e

aperfeiçoamento, fazendo valer o seu papel específico e insubstituível no concerto mais global da regulação da actividade mediática nas sociedades contemporâneas. Como sublinha Bernier (1998: 69), “a auto-regulação das empresas de *media* pode ser considerada, de algum modo, o ideal jornalístico, democrático e constitucional”, embora “na condição de que as formas que ela assume sejam razoáveis, racionais, moderadas e transparentes”: **razoáveis** porque conscientes da complexidade das situações que têm de analisar, **racionais** porque fundamentadas em regras claras e rigorosas, **moderadas** porque devem penalizar os infractores com sentido de proporcionalidade, e **transparentes** porque ligadas ao desiderato de credibilidade e legitimidade dos jornalistas junto do público. O seu sucesso só se irá sedimentando à medida em que este público vá tendo razões para crer que as derrapagens deontológicas dos jornalistas não são toleradas pela própria profissão. Ora isso implica

multiplicar os mecanismos de auto-regulação, na condição de que eles repousem em fundamentos normativos e científicos válidos, de que as regras deontológicas sejam rigorosas e maleáveis, e de que as sanções sejam proporcionais à gravidade das transgressões, o que impedirá que se deixe a crítica dos *media* derivar para as ondas da demagogia e das paixões populares (Bernier, 1998: 70).

5.5. O lugar do público

Duas notas importará deixar ainda neste domínio: uma sobre a relação entre os profissionais e os **públicos** nos processos de auto-regulação, e outra sobre mecanismos ‘mistos’ que, ao associarem de alguma maneira iniciativas privadas e públicas, podem considerar-se como de **co-regulação**.

Quando se define a auto-regulação como um processo decorrente da iniciativa livre e voluntária dos principais protagonistas da comunicação pública, há alguma tendência para focar as atenções nos protagonistas do lado da produção e emissão – os jornalistas e os responsáveis das empresas de *media* –, como que esquecendo o terceiro protagonista essencial desta história, o que está do lado da recepção – **o público**. Este continua ainda a ser encarado muito como mero receptor, como consumidor mais ou menos passivo e impotente, mesmo quando acumula razões de queixa. E isso pode decorrer de alguma falta de iniciativa ou mobilização dele próprio (que começa, apesar de tudo, a dar sinais de querer mudar), mas decorre grandemente do facto de os outros protagonistas o excluírem do processo, por vezes receando até que a sua participação mais activa conduza a derivas populistas ou a um afastamento do genuíno papel social desempenhado pelos *media*. As

opiniões do público sobre o que jornais, rádios e televisões lhe oferecem são frequentemente desvalorizadas ou desqualificadas pelos profissionais – apesar das loas que não se cansam de entoar à importância da interactividade. O argumento costuma ser o de que o público não conhece os meandros muito próprios da comunicação social, suas exigências e condicionalismos, ou que tende a ficar-se por visões ‘paroquiais’ da actividade, centradas apenas nos seus interesses e sensibilidades específicos, quando os *media* têm a obrigação de encontrar o denominador comum que satisfaça o maior número possível de clientes e, simultaneamente, preserve o essencial das suas responsabilidades sociais de satisfação dos direitos à informação e à livre expressão.

Não custa reconhecer que estas críticas e receios podem ter alguma razão de ser; mas não é menos verdade que os próprios profissionais e as empresas mediáticas desde sempre contribuíram muito (e negativamente) para este estado de coisas, ao tenderem a fechar-se demasiado sobre si próprios, encerrando o seu saber específico e as condições do exercício da sua profissão numa “torre de marfim” inacessível aos ‘leigos’, tratados como simples consumidores de quem se espera confiança mas a quem não se prestam contas concretas. Se o fazem por vezes com bons motivos ou boas intenções (a necessidade de preservar o espaço de autonomia de um campo sempre tão sensível às cobiças de quantos querem instrumentalizá-lo), o certo é que acabam por dificultar um exercício permanente e assumido de **transparência** – que é, insiste-se, condição essencial e fundadora de uma adequada postura ética. E as perversões de uma mal interpretada ideologia do profissionalismo, como vimos nos capítulos anteriores, não deram claramente bons resultados neste domínio, afastando os profissionais dos públicos para quem dizem trabalhar, descredibilizando-os e corroendo a relação de confiança entre uns e outros que é imprescindível ao reconhecimento e à legitimação social do (poder do) jornalismo.

Além do mais, é enganador – sobretudo no panorama contemporâneo de multiplicação de possibilidades de comunicação e difusão no espaço público, muito para além dos espaços tradicionalmente confinados ao jornalismo institucional – pensar que uma maior interacção com os públicos se traduz obrigatoriamente em menor autonomia, em submissão ao gosto imediato das audiências ou em desistência da prossecução dos bens internos da comunicação. Pelo contrário. A articulação permanente e dialogante das perspectivas dos profissionais com as dos seus públicos (trate-se dos grandes segmentos indiferenciados de quem os lê e ouve, trate-se dos núcleos mais especializados de académicos, investigadores ou estudiosos que acompanham ‘de fora’ o fenómeno mediático) pode ser um auxiliar valioso para o próprio aprofundamento e concretização de

uma real autonomia jornalística, ou seja, de uma autonomia que não se reduza a um estatuto formal, mas molde as condições concretas de uma actuação independente das forças (políticas, económicas, empresariais, tecnológicas) que tendem a condicioná-la.

É para isto mesmo que aponta Bourdieu (1996), ao falar da importância de os jornalistas verem reforçada a sua **autonomia efectiva**, sobretudo num tempo em que as fortíssimas pressões comerciais, ligadas à necessidade de ter audiências, de certo modo extravasaram do universo da televisão – onde são particularmente notórias – e afectaram também a imprensa. Constatando que “o meio jornalístico recusa a crítica mútua”, Bourdieu defende que ele só teria vantagens em se envolver mais em polémicas construtivas sobre o exercício concreto da actividade, tanto no seu seio como com a participação de especialistas (artistas, intelectuais, sociólogos, estudiosos do sector) e, no limite, com “o conjunto dos cidadãos, [que] estão interessados no reforço das condições sociais da virtude jornalística” (*ibidem*). Em sua opinião, esta abertura sistemática à crítica e à auto-crítica, longe de fragilizar a autonomia do campo jornalístico, torná-lo-ia mais consciente dos constrangimentos internos e externos com que se depara e contribuiria, assim, para de facto “fazer progredir a [sua] autonomia” e conduzir ao exercício de uma “verdadeira deontologia prática, e não apenas teórica e programática”:

Longe de desesperar os jornalistas, a ciência social, porque aumenta o conhecimento e a consciência dos constrangimentos, eleva ao mesmo tempo as possibilidades de liberdade face a esses constrangimentos. (...) O progresso do conhecimento dos constrangimentos que afectam os jornalistas e a difusão deste conhecimento só pode fazer progredir a liberdade dos jornalistas, ou seja, a sua vontade, e sobretudo a sua capacidade, de resistir realmente aos mecanismos que determinam a sua prática social (Bourdieu, 1996: s/p).

É também para o que aponta Bertrand (2000), quando afirma que, na luta difícil por uma menor dependência das lógicas comerciais ou de mercado, bem como por uma real autonomia face a critérios não jornalísticos com que as empresas subvertem o trabalho jornalístico, os leitores / ouvintes / espectadores podem ser os maiores aliados dos jornalistas: “A autonomia do jornalista cresce, se crescer o apoio do público”. E este será tanto melhor aliado, e de modo tanto mais qualificado, quanto melhor conheça as condições concretas de exercício do jornalismo, bem como os seus princípios e valores, as suas normas e constrangimentos, os saberes por ele requeridos ou mobilizados, as suas especificidades políticas, sociais, culturais e profissionais. Associar os públicos a mecanismos de auto-regulação ou colaborar com eles nos que, por sua própria iniciativa, decidam também propor ou implementar (como é de seu direito e dever) acaba por ser um modo pedagogicamente muito profícuo de ir progredindo neste caminho.

Quanto à **co-regulação**, cabe dizer que pode ser também um complemento útil no vasto e multifacetado mosaico de que se compõe o esforço regulador da actividade dos *media*, com a vantagem de ficar a meio caminho entre as iniciativas voluntárias dos seus protagonistas e a intervenção coerciva do Estado – não recolhendo todos os benefícios específicos de cada uma, mas também não lhes sofrendo as respectivas insuficiências ou riscos. Exemplos disso são alguns Conselhos de Imprensa (como o que há anos existiu em Portugal), nascidos da iniciativa do Estado em articulação com a sociedade e, especificamente, com os protagonistas directos dos *media*, mas diferenciados da lógica política típica da hetero-regulação e voltados para as questões do foro ético, suscitadas pela observação própria ou pelas queixas de cidadãos. Trata-se, nestes casos, de “organismos públicos, independentes e não politizados, cuja actividade reguladora ou assessora – de carácter não exclusiva nem necessariamente jurídico – estaria fundamentalmente nas mãos da sociedade civil”, deles se esperando, portanto, uma contribuição para o estabelecimento de “directivas e padrões éticos”, mas “sem o carácter coercivo das normas jurídicas ou administrativas” (Aznar, 2005a: 28). E se, nalguns casos, eles decorrem de uma iniciativa pública, noutros acabam por decorrer de iniciativas privadas (do grupo profissional, das empresas de *media*, dos públicos) às quais o Estado acaba, depois, por se associar de algum modo, conferindo-lhes o estatuto público que institucional e formalmente os valoriza.

É, aliás, desta institucionalização que desejavelmente decorrerá uma maior eficácia e capacidade de intervenção dos organismos de co-regulação, por contraposição aos mais fluidos mecanismos auto-reguladores. Por isso são especialmente defendidos por quantos, cépticos quanto às reais capacidades de melhoria da auto-regulação, também não querem abdicar de todo das vantagens de participação da sociedade civil e dos protagonistas directos da comunicação nestes esforços reguladores – o que aconteceria se se virassem exclusivamente para os poderes de intervenção do Estado. Mais uma vez, porém, sublinhe-se que esta panóplia de instrumentos só ganha em ser encarada numa lógica de complementaridade, pois cada um deles orienta-se para bens e valores específicos.

Um dos aspectos mais estimulantes e mais complicados da co-regulação é a sua exigência de que as diferentes partes envolvidas dialoguem, negoceiem e se entendam quer quanto ao desenho dos mecanismos, quer quanto à sua constituição e âmbito de actuação. Eloquentes exemplos deste processo, bem como das dificuldades e dúvidas que lhe são inerentes, está na tentativa, desenvolvida pelo Governo português durante o ano de 2006, de cometer a uma ‘renovada’ Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas alguns

novos poderes, designadamente do foro disciplinar e ético-deontológico²⁴. Não tem sido fácil ao poder político cativar para essa ideia a colaboração do grupo profissional dos jornalistas (como é patente nas posições críticas do seu Sindicato), que entendem estar o Governo a imiscuir-se em domínios que seriam típicos de uma intervenção apenas auto-reguladora e que não se compadeceriam com uma aparente ‘juridificação’ de normas morais. Mas também não tem sido fácil ao grupo profissional dos jornalistas convencer o poder político, e mesmo sectores relevantes da opinião pública²⁵, de que nesta matéria as coisas devem continuar exactamente como estão, dada a constatação de que os mecanismos actualmente existentes, além de muito identificados com o âmbito sindical, têm dado frequentes provas de insuficiência ou ineficácia.

6. Instrumentos e mecanismos auto-reguladores

Numa expressão hoje consagrada, o investigador Claude-Jean Bertrand (1997; 1999) propôs a designação de M*A*R*S* – *Moyens d’Assurer la Responsabilité Sociale [des Médias]* – para todos os meios não estatais, decorrentes de iniciativa livre e voluntária

²⁴ Deve referir-se que a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) é considerado por Vital Moreira (2003; 1997: 295-296) uma solução de “auto-regulação interprofissional”, hipótese que define como alternativa às duas formas mais habituais de auto-regulação profissional: a de uma “corporação profissional pública” (é o caso típico das Ordens profissionais), e a de “auto-administração mediante o exercício de funções regulatórias por uma associação profissional privada, por efeito de delegação legislativa”. Era este último modelo o seguido quando estava legalmente cometida ao Sindicato dos Jornalistas a competência para outorgar as carteiras profissionais. Com a mudança da lei, eles passaram a “compartilhar paritariamente” com as empresas empregadoras essa competência – a CCPJ é constituída por três jornalistas eleitos pelos pares e três representantes das entidades empregadoras ou suas associações (oriundos da Imprensa, Rádio e Televisão) –, mas num organismo de direito público, “dotado de personalidade jurídica” (Moreira, 1997: 296) e presidido por um juiz. Este enquadramento específico, sublinhe-se, não se conforma bem com as definições mais comumente adoptadas de auto-regulação: por exemplo Aznar (2005b: 272) sustenta que organismos (como é o caso de alguns Conselhos e Imprensa de certos países) que “têm carácter público e estão sujeitos a leis e regulamentos próprios” não devem ser englobados no conjunto de mecanismos auto-reguladores. Nesta perspectiva, que ele perfilha, seria mais lógico situá-los no âmbito da co-regulação, onde há uma parceria público-privado.

²⁵ Em consonância com o que é dito na nota anterior, compreende-se o apoio de princípio dado por Vital Moreira (2005) à iniciativa governamental de dotar a Comissão da Carteira Profissional de novos poderes, com base na constatação de que, actualmente no país, “os meios de censura deontológica são reconhecidamente ineficazes”, além de se situarem no âmbito do sindicato, que não é de filiação obrigatória. “Uma profissão que não vela pelo cumprimento dos deveres profissionais não tem autoridade nem legitimidade para reivindicar todos os direitos e mais algum”, diz ainda Moreira (*ibidem*), acrescentando que, se se entende que uma Ordem profissional não será também o instrumento mais adequado para regular os jornalistas nesta matéria (algo com que o próprio sindicato concorda), então pode fazer sentido aproveitar a Comissão da Carteira Profissional – ou eventualmente uma sua secção específica, exclusivamente composta por jornalistas e pelo juiz-presidente – “para lidar também com o ilícito disciplinar dos jornalistas”. E conclui: “É tempo de juntar responsabilidade à liberdade profissional” (*ibidem*).

dos protagonistas directos ou indirectos da comunicação pública, actuando essencialmente por pressão moral, e inscritos, portanto, num propósito auto-regulador²⁶.

Em seu entender, essa enorme variedade de mecanismos e instrumentos que se foi desenvolvendo ao longo das últimas décadas do século XX – códigos deontológicos, livros de estilo, conselhos de imprensa, provedores do leitor, cartas ao director, estatutos de redacção, metajornalismo, estudos superiores de comunicação, crítica e investigação de *media*, associações de espectadores, ONG's ligadas aos *media*, etc. – foi-se impondo face à crescente exigência de uma comunicação social efectivamente livre e democrática. Para atingir esse desiderato, constatou-se progressivamente que não bastava já confiar apenas no escrúpulo ético das consciências individuais, por um lado, ou na capacidade de intervenção externa de leis e polícias com as suas tentações instrumentalizadoras, por outro. E percebeu-se também que cada vez mais era urgente não apenas “falar” de ética, mas “fazer” alguma coisa a esse propósito (Bertrand, 1997: 84). Em consonância com estas preocupações, não é por acaso que o mesmo autor intitula, sintomaticamente, uma sua obra sobre os M*A*R*S como “*O arsenal da democracia*” (Bertrand, 1999), no pressuposto de que tais meios podem contribuir decisivamente para a qualidade da vivência democrática, para o estímulo à participação activa dos cidadãos em matérias que os afectam directamente, para a efectiva responsabilização social dos *media* e para a concretização da exigência de *accountability* que sobre eles impende.

O conceito de M*A*R*S* é, como diz o autor do termo, relativamente vago, porque global. Tanto pode referir-se a indivíduos como a grupos, a documentos escritos como a organismos, a pequenos ou a grandes *media*, a iniciativas pontuais ou a processos, curtos ou longos. Todos utilizam algum ou alguns dos quatro “métodos de trabalho” indicados por Bertrand (1999: 81): a **crítica** (o “mais fácil e mais antigo método de melhorar os *media*”), a **observação** sistemática, a **retroacção** ou *feedback*, e a **formação**, entendida esta como “a solução a longo prazo dos problemas de qualidade dos *media*” (e que diz respeito não só à educação superior mais exigente dos profissionais, mas também à maior sensibilização dos usuários para o que devem exigir dos *media*).

²⁶ A terminologia anglófona traduz a sigla por M*A*S*, que significa *Media Accountability Systems* – o que se ajusta perfeitamente ao conceito, como algumas páginas atrás deixámos patente: a auto-regulação é, no essencial, a concretização de uma exigência de prestação de contas associada a instituições sociais poderosas e influentes, como é por excelência o caso dos *media*.

Apresentamos seguidamente, de modo sintético, alguns dos mecanismos e instrumentos auto-reguladores mais conhecidos ou divulgados entre nós. Por razões de simples arrumação – e que não têm, portanto, qualquer intuito hierarquizador –, falaremos de exemplos em função do seu âmbito mais directo e mais próximo de actuação: os que se confinam essencialmente ao espaço concreto de uma redacção ou empresa (Conselho de Redacção, Livro de Estilo, Estatutos de Redacção / Códigos Internos), os que implicam todo o grupo profissional enquanto tal (Código Deontológico, Conselho Deontológico) e os que se orientam para uma articulação activa entre os *media* e o público (Conselho de Imprensa, Crítica de *Media* e Metajornalismo, Correio dos Leitores, Provedor do Leitor / Ouvinte / Espectador).

6.1. - Conselho de Redacção

Embora este seja um organismo de claros contornos auto-reguladores, está estabelecido por lei em Portugal – tanto no Estatuto do Jornalista como nas leis sectoriais dos *media* –, como tradução do direito constitucional concedido aos profissionais de participarem e intervirem na orientação editorial dos respectivos órgãos de comunicação, salvo quando tenham natureza confessional ou doutrinária (artigo 38º da Constituição da República Portuguesa).

Eleito por sufrágio directo de todos os jornalistas (ou substituído pelo seu plenário quando a redacção tenha menos de cinco profissionais), é o seu órgão de representação profissional frente à Direcção Editorial e à empresa, podendo situar-se no contexto das medidas derogatórias do direito laboral comum estipuladas para o domínio específico das empresas jornalísticas – e de que a cláusula de consciência é o exemplo mais antigo e mais marcante. Significa, afinal, que o poder patronal tem nestas empresas, por força da sensibilidade social da sua actividade, limites ao seu “direito de propriedade” mais estritos do que noutras esferas, obrigando-o (ao menos em teoria) a partilhar com os jornalistas as decisões dos âmbitos profissional e editorial que possam condicionar ou afectar o seu trabalho: nomeação e demissão do director, alterações ao estatuto editorial, admissão de novos jornalistas, infracções do foro deontológico. O direito de participação dos jornalistas nestas orientações – a garantia da sua “liberdade interna” – procura ainda, de acordo com Carvalho *et al.* (2005: 284), salvaguardar valores de pluralismo informativo, pois permite “transformar cada órgão de informação num fórum mais diversificado”, compensando por exemplo “os efeitos negativos decorrentes do fenómeno da concentração”.

Esta partilha de poderes foi já mais ampla, pois previa em alguns casos – por exemplo, o da nomeação do director da publicação – o voto vinculativo do Conselho de Redacção. Isso mesmo constava da primeira versão da Lei de Imprensa votada já num tempo em que Portugal recuperara a liberdade e a democracia (1975) – e onde, de resto, foi instituído o direito à constituição de Conselhos de Redacção. Em anos subsequentes, e sobretudo a partir da constituição de uma entidade reguladora para o sector (a Alta Autoridade para a Comunicação Social, em 1990), as atribuições destes organismos foram diminuídas, tendo o seu voto vinculativo em diversos domínios sido substituído por um voto apenas consultivo. E a actual formulação da lei nem sequer prevê qualquer sanção para o incumprimento, pela entidade patronal ou pelo director – que preside sempre ao Conselho –, do dever de audição do Conselho de Redacção num conjunto de matérias (Carvalho *et al.*, 2005: 285). Esta circunstância apenas reforça uma constatação, decorrente do conhecimento prático que o autor desta tese foi acumulando, ao longo de mais de 20 anos de prática profissional em diversos órgãos de comunicação social: a maior ou menor operacionalidade e eficácia do Conselho de Redacção está fortemente dependente da “cultura profissional” que se respira nos diferentes órgãos de comunicação, bem como da boa vontade e da disponibilidade do director da publicação para trabalhar com ele em moldes que não se fiquem pelo mero formalismo dos preceitos legais. A falta desta abertura – por vezes associada a um ostensivo desprezo da entidade patronal por organismos deste tipo que limitam a sua “liberdade de empresa” e que alguns associam, por isso, ainda ao contexto revolucionário do pós-25 de Abril – permite facilmente que tal organismo fique esvaziado de conteúdo, e sem quaisquer consequências relevantes. E embora os Conselhos de Redacção sejam, aparentemente, um dos mecanismos auto-reguladores a que os jornalistas dão mais importância e valor²⁷, o certo é que, em muitos casos, eles têm revelado uma crescente dificuldade em os operacionalizar efectivamente (ou até em os constituir e manter) – algo que as condições de precariedade económico-laboral de muitos profissionais também ajudam a explicar.

Noutros países, como é o caso de Espanha, os Conselhos – ou Comités – de Redacção também existem em diversos órgãos de comunicação, mas aí são apenas dependentes da vontade da empresa em os instituir, pois não decorrem de qualquer

²⁷ Esta é uma constatação evidente de um inquérito feito aos jornalistas de três importantes jornais portugueses (*Público*, *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*), como mais detalhadamente se poderá ver no último capítulo deste trabalho (Fidalgo, 2002).

imperativo legal. Estão habitualmente associados à existência – igualmente por iniciativa voluntária dos *media* – de uns Estatutos da Redacção e têm-se desenvolvido com certa lentidão: estão presentes em menos de uma dezena de órgãos de comunicação, entre escritos e audiovisuais (Aznar, 2005b: 182), tendo neles desempenhado um papel pioneiro o jornal *El País*, já nos idos de 1980. A criação destes Estatutos no mais conhecido jornal espanhol é ainda hoje olhada como um marco histórico para o jornalismo do país vizinho, em termos de iniciativas auto-reguladoras, na medida em que “abriu grandes expectativas sobre a possibilidade de vertebrar e democratizar internamente os *media*” (Aznar, 1999: 114). O exemplo, todavia, não alastrou tanto como se esperava.

6.2. - Livro de Estilo

Poderá parecer estranho, numa visão imediata, que um Livro de Estilo de um órgão de comunicação social seja classificado como instrumento de auto-regulação (vocacionada, como temos dito, sobretudo para a exigência ética e deontológica do trabalho jornalístico). E, de facto, os Livros de Estilo começaram por ser basicamente uns “manuais da redacção” técnicos, voltados apenas para o esclarecimento das normas de escrita (gramaticais e estilísticas) que deviam ser seguidas por todos os jornalistas de um mesmo meio, permitindo resolver eventuais dúvidas e homogeneizar procedimentos. Não espanta, assim, que os primeiros exemplares tenham sido desenvolvidos por agências noticiosas – a pioneira foi a *Associated Press*, já em 1951 –, dadas as particulares exigências de um estilo informativo simples, despojado e padronizado segundo princípios muito gerais, uma vez que delas saía material para ser re-trabalhado numa grande diversidade de *media*. A pouco e pouco, contudo, alguns desses manuais foram estendendo o conceito de “escrita correcta” para além dos aspectos puramente linguísticos, os da ortografia e da sintaxe, e começaram a incorporar outros elementos sensíveis dos quais dependeria também uma “escrita ética e deontologicamente correcta” (Aznar, 2005a: 126). Por exemplo, o simples uso de certas palavras ou expressões, mesmo de uso corrente (“cometer uma judiaria”, “mouro de trabalho”), pode afectar ou ofender certas pessoas de modo discriminatório e gratuito, além de ajudar a perpetuar estereótipos baseados em preconceitos sociais que uma postura eticamente adequada recusa – e que, por maioria de razão, devem estar ausentes de meios de comunicação que têm grande incidência pública.

Destes pequenos exemplos foi-se passando a outras chamadas de atenção mais vastas, quer quanto aos modos de escrita, quer quanto às normas mais gerais de conduta

profissional. E, assim, os Livros de Estilo foram incorporando, progressivamente, regras do âmbito da ética e da deontologia, nuns casos pouco mais que recordando e reafirmando os princípios conhecidos (e que, em muitos casos, constavam dos Códigos Deontológicos dos jornalistas), noutros casos explicitando e concretizando esses princípios a uma escala de pormenor que os códigos, nas mais das vezes, não atingem²⁸. Estas matérias foram mesmo, aqui e ali, ocupando partes autónomas dos referidos livros – que continuavam, não obstante, a manter as suas orientações em matéria de escrita e apresentação dos textos –, assumindo uma importância que fez com que eles se tornassem contributos de relevo para a consolidação da ética profissional.

Quase como natural prolongamento desta tendência, foram surgindo também, em alguns Livros de Estilo, declarações sobre a identidade ideológica do meio em questão, sobre o seu posicionamento específico no sector, sobre os princípios editoriais que tencionava adoptar. E com isto eles acabaram por se converter, em diversos casos, em autênticos “textos constitucionais” (*ibid.*: 129) dos respectivos órgãos de comunicação, elementos de referência para quem os quisesse conhecer melhor, e também de compromisso perante o público. Deixaram, assim, de ser meros instrumentos de trabalho internos, para uso ‘técnico’ da redacção, e, ao repartirem o seu âmbito de intervenção pelos níveis **linguístico, deontológico e ideológico**, transformaram-se numa “expressão da vontade auto-reguladora da empresa e num reflexo visível do seu projecto editorial” (*ibidem*). Por isso se alude normalmente a estes exemplos como Livros de Estilo “de segunda geração”, que vão muito para além dos propósitos mais modestos e quase instrumentais dos manuais da “primeira geração”.

O corolário natural desta evolução foi a grande publicitação destes instrumentos, pois eles permitiam dar conta do que era e do que pretendia fazer o meio em questão, e assim podiam passar a funcionar como uma espécie de **instrumento de contratualização** com os leitores, dando-lhes, consequentemente, a possibilidade de irem verificando até que ponto os compromissos assumidos iam sendo respeitados. Neste sentido, o Livro de Estilo não esgota a sua função auto-reguladora no âmbito interno (onde acaba por ser um guia e

²⁸ Nalguns casos, os Livros de Estilo de redacções concretas vão assumidamente mais longe do que os “mínimos éticos” patentes em códigos e declarações que, preocupados em estabelecer consensos alargados, se ficam frequentemente pela enunciação dos grandes princípios. Veja-se o exemplo do Livro de Estilo do jornal *Público*, que, na sua introdução, afirma taxativamente que ele “vincula o jornal e os seus jornalistas a princípios éticos e normas técnicas *mais restritos* do que os definidos pelo Código Deontológico do Jornalista e nos manuais de jornalismo” (*Público*, 1997: 13, realce nosso).

um auxiliar valioso para os profissionais), mas abre-se igualmente à possibilidade de participação do público, que por essa via dispõe de meios mais concretos e conhecidos para pedir contas ao seu jornal, à sua rádio, à sua televisão. E não é certamente por acaso que os Livros de Estilo “de segunda geração” de alguns jornais mais conhecidos passaram – por exemplo em Espanha, com os casos do *El País*, do *ABC* e do *El Mundo*, e em menor escala também em Portugal, com o caso do *Público* (em 1998) – a ser editados como livros de venda pública alargada, tendo-se tornado mesmo sucessos editoriais, dada a procura que foram suscitando, tanto da parte de leitores interessados, como da parte de profissionais e de estudantes de jornalismo que ali encontram materiais diversificados de aprendizagem, reflexão e debate.

Há quem lance dúvidas sobre esta tendência adoptada pelos Livros de Estilo “de segunda geração”, sugerindo que eles se teriam espalhado por áreas e funções que não lhes competem propriamente, e defendendo que deviam limitar-se aos domínios da correcção formal. Parece uma objecção pouco sustentável, quer porque o “estilo” e a incidência pública de um meio de comunicação social dificilmente se resumem apenas aos aspectos linguísticos e gramaticais, quer porque até mesmo nestes, como bem sublinham Aznar (2005a) e Perales (1995b) – na esteira de trabalhos desenvolvidos ao longo das últimas décadas sobre a filosofia da linguagem, sobre as exigências da acção comunicativa e sobre a “ética do discurso” (cf. Habermas) –, há dimensões que não são de modo nenhum alheias ao âmbito moral. A uma “**ética descritiva**” dos jornalistas (presente no facto de que eles “informam”) e a uma “**ética prescritiva**” (presente no facto de que eles “formam”), acrescenta Perales (1995b: 39) um terceiro nível, o de uma “**ética linguística**” (presente no facto de que eles usam a linguagem, escrita, oral ou visual). Daí que, como sustenta, os meios de comunicação e informação “tenham de estar conscientes dos pressupostos e implicações morais que comporta o uso da linguagem, e de converter a própria linguagem em objecto principal da actividade moral” (*ibidem*), cuidando não só do “que” se diz ou escreve, mas também do “como” e do “para quê” se diz ou escreve.

Perales (1995b) considera que esta imperativa ética “linguística” da informação aponta para uma responsabilidade moral do jornalista em três dimensões simultâneas do uso da linguagem, correspondentes às três partes em que costuma distinguir-se o estudo dos signos: a sintáctica, a semântica e a pragmática. A **responsabilidade sintáctica** implica que ele escreva com **correcção**, em termos gramaticais, de modo a obviar a ambiguidades, confusões e insinuações que possam induzir em erro e, por aí, falsear a realidade a descrever. A **responsabilidade semântica**, pelo seu lado, reclama que ele

escreva com **verdade**, ou seja, que os termos e frases utilizadas correspondam de facto à realidade que se pretende designar ou significar. Finalmente, a **responsabilidade pragmática** exige que o jornalista escreva com **veracidade**, ou seja, que a sua linguagem expresse “aquilo e só aquilo que ele *sinceramente* quer dizer” (*ibid.*: 41, realce do autor), uma vez que não pode ser indiferente aos usos, efeitos e repercussões das mensagens que transmite junto dos respectivos destinatários.

Deste conjunto sobressai o “carácter intrinsecamente moral que comporta toda a mensagem informativa na sua própria estrutura linguística” (*ibid.*: 42) e que nos leva a reiterar uma ideia já afluída em passagens anteriores deste trabalho: a de que o escrúpulo ético de um jornalista se vê nas grandes e pequenas coisas, e começa por se ver, designadamente, no rigor e competência profissional de que dá mostras mesmo em domínios aparentemente só ‘técnicos’ ou ‘instrumentais’. Fazer bem as coisas não é só fazê-las com boas intenções e com respeito pelos grandes princípios e valores envolvidos na profissão; é também fazê-las ‘materialmente’ bem, com conhecimento dos instrumentos utilizados (desde logo a linguagem), com correcção substancial mas também formal, com respeito pelas regras técnicas e profissionais do ofício. Em contrapartida, a incompetência ou laxismo no domínio dos instrumentos básicos do *métier* é desde logo, como aqui se deixou patente, sinal de uma postura que deixa algo a desejar até em termos éticos:

A profissionalidade, o conhecimento do ofício – seus fins, seus meios – e o seu exercício competente, é a melhor garantia de um comportamento deontológico. Não há profissionais de baixa qualidade que ao mesmo tempo sejam excelentes guardiães das essências éticas da profissão. É estranho como quase ninguém repara que os corruptos se descobrem quando fracassam como profissionais. A sua baixa profissionalidade não é o corolário da sua corrupção; a sua pior corrupção consiste precisamente na sua baixa profissionalidade (Piqué, 2004: 2)

Também neste sentido, as preocupações linguísticas dos Livros de Estilo não estão tão distantes das suas preocupações éticas e deontológicas como poderia parecer.

Uma outra objecção que por vezes se coloca a estes manuais tem a ver com os seus efeitos potencialmente “normalizadores” e “uniformizadores” do jornalismo praticado numa redacção, com o que isso acarretaria de prejuízo global a uma desejável diversidade, e até de prejuízo pessoal à liberdade criativa dos profissionais, levando ao que já foi denominado por alguns como uma espécie de “fordismo profissional”. Podendo existir tal risco, ele depende, no entanto, do modo como os Livros de Estilo são elaborados e do modo como eles são utilizados na prática concreta: não necessariamente como cartilhas taxativas feitas de receitas prontas a consumir, mas como uma referência que, definindo os marcos essenciais adoptados pelo meio em questão, não prescinde de uma postura criativa

enriquecedora do trabalho colectivo. Para usar a metáfora proposta por Aznar (2005b: 134), dir-se-ia que as tais normas de estilo e de conduta estão para o jornalista como as regras específicas de um desporto para o seu praticante: o facto de este estar obrigado a respeitar as “regras do jogo” (até porque só com elas é possível haver jogo) não anula a sua capacidade de jogar bem. E jogar bem, naturalmente, é jogar segundo as regras, mas é jogar muito para além das regras: é jogar de modo criativo, original, eficiente, bonito. A diferença dos bons desportistas para os menos bons está precisamente nisso, e não no facto de respeitarem ou não as regras estabelecidas, que é um dado de partida para todos.

6.3. - Estatutos de Redacção / Códigos Internos

Se os Livros de Estilo não estão ainda muito difundidos em Portugal, o mesmo pode dizer-se de Estatutos da Redacção ou de outros códigos do género que, implicando apenas a área editorial ou alargando-se ao colectivo empresarial no seu conjunto, estabelecem regras internas de conduta e co-laboração – embora, em diversos casos, com óbvias repercussões também para fora de portas.

Talvez seja um pouco forçado incluir neste ponto o Estatuto Editorial que todos os órgãos de informação portugueses (de imprensa, rádio ou televisão) estão obrigados a ter e a tornar público ao iniciarem a sua actividade. Por um lado, não é uma iniciativa auto-reguladora em sentido estrito, na medida em que decorre de uma imposição legal – e esta, sim, sujeita a uma sanção pecuniária em caso de incumprimento. Por outro lado, a experiência foi mostrando que, na maior parte dos casos, estes documentos tendem a ficar-se muito por generalidades, pela enunciação de grandes propósitos em todos bastante semelhantes, e cuja incidência prática acaba por ser mínima. Trata-se, no essencial, de uma “carta de intenções” (Carvalho *et al.*, 2005: 72), cuja importância “deve ser relativizada no contexto concorrencial dominante no sector”, limitando-se ao facto de constituir “uma clarificação da orientação” do meio e dos seus objectivos (*ibidem*). Há, apesar de tudo, algumas diferenças entre órgãos de comunicação que se resumem a enunciar sinteticamente os grandes princípios (liberdade, independência, rigor, isenção) e os que vão um pouco mais ao pormenor, apontando por exemplo algumas áreas preferenciais do seu esforço informativo ou a recusa explícita de aproveitamentos sensacionalistas de matérias como o sexo ou a dor alheia.

É porventura a constatação da insuficiência destes estatutos quanto à caracterização do respectivo projecto editorial específico e das regras internas adoptadas que leva alguns

órgãos de informação a aprofundarem estas questões em instrumentos como os Livros de Estilo (caso do *Público*, como vimos no ponto anterior) ou a complementá-los com “códigos de conduta” apresentados ao público em jeito também de “instrumento de contratualização” com os leitores (casos do jornal *Expresso*, em 2003, da revista *Visão*, em 2004, ou do semanário *Sol*, em 2006). Estes compromissos voluntária e livremente assumidos pela redacção – embora certamente também com o aval dos proprietários da empresa – são, aqui sim, tipicamente instrumentos auto-reguladores, constituindo simultaneamente uma orientação para os jornalistas da casa e um elemento concreto de referência para o público, que assim fica em posição de melhor poder escrutinar a sua actividade e de pedir contas pelo eventual desrespeito ou desvalorização dos princípios e regras proclamados. Neste sentido, é algo que gostosamente se veria alargado à generalidade dos *media* – e não só os escritos.

São claramente mais voltados “para uso interno” os Estatutos de Redacção tal como existem em alguns órgãos de comunicação de outros países, como França ou Espanha. As suas preocupações têm menos a ver com o imperativo de prestação de contas ao público e mais com a necessidade de preservar os espaços de liberdade e de autonomia profissional dos jornalistas no seio da empresa, no pressuposto de que essa é uma condição imprescindível ao exercício socialmente responsável da sua actividade.

Os seus dois objectivos essenciais são, assim, “criar vias de comunicação e de participação entre a redacção e as direcções do meio e da empresa” e “reconhecer uma série de direitos e obrigações dos profissionais e da empresa que ambas as partes se comprometem a salvaguardar e a respeitar” (Aznar, 2005b: 175). Centram-se na dimensão profissional da actividade jornalística e das suas reconhecidas especificidades, não se confundindo com áreas mais estritamente laborais. E acabam por ter um efeito regulador tanto ao nível das relações hierárquicas no seio da redacção (onde o poder do director também fica de algum modo condicionado), como ao nível das relações com outros departamentos da empresa e com os próprios gestores e proprietários (cujas lógicas particulares de condução do negócio ficam igualmente impedidas de interferir ilegitimamente na esfera de competências próprias dos jornalistas). Como vimos atrás, pode dizer-se que, no caso português, se tenta proteger alguns destes “bens” por intermédio dos legalmente estatuídos Conselhos de Redacção e de certas atribuições que lhes estão cometidas, embora um mecanismo não exclua o outro. Além disso, e ao contrário do que sucede em alguns países, em Portugal muitos destes “bens” estão até

defendidos em sede de lei, por força da existência de um Estatuto do Jornalista formal cujo articulado é razoavelmente desenvolvido em matéria de deveres e de direitos.

6.4. - Código Deontológico

Os Códigos Deontológicos dos jornalistas são, decerto, o mais conhecido e disseminado instrumento de auto-regulação da comunicação pública, tendo desempenhado até, tanto no plano real e institucional como no plano simbólico e retórico (ver Capítulos II e III), um papel destacado no processo de reivindicação, construção e legitimação de uma identidade profissional própria para este ofício²⁹. A ideia condutora era a de que uma ocupação em busca de um reconhecimento social e do prestígio que lhe vai associado, bem como da possibilidade de funcionar autonomamente na gestão de um ‘território’ que pretendia ocupar em termos exclusivos, teria de oferecer, como contrapartida, garantias de um labor orientado por sólidos princípios e valores éticos, traduzidos no compromisso do respeito por certas normas de conduta profissional e deontológica. O exemplo, mais uma vez, vinha das profissões ‘estabelecidas’, segundo o modelo da profissão liberal – e não é por acaso que se considera habitualmente que o grande antecessor histórico deste tipo de códigos é o antiquíssimo “Código de Hipócrates”, base do juramento que ainda hoje fazem os médicos quando formalmente acedem à profissão.

É por estas circunstâncias que os Códigos Deontológicos, independentemente das suas diferenças e particularidades, acabaram por preencher sempre duas funções de tipo algo diverso, embora complementar: uma mais voltada para fora da profissão, outra mais virada para o seu interior (Laitila, 1995). A primeira tem a ver com preceitos destinados a assegurar a *accountability* que se exige do trabalho dos *media*, ou seja, a sua ‘prestação de contas’ – quer quanto aos procedimentos profissionais adoptados, quer quanto às matérias publicadas e respectivas consequências – junto dos restantes intervenientes, directos ou indirectos, do processo comunicativo. E aqui se incluem normas como, por exemplo, o respeito pela verdade e clareza da informação (prestação de contas ao público), o rigor das

²⁹ Como se compreenderá, a nossa atenção incide prioritariamente sobre os códigos dos jornalistas, embora haja outros códigos voltados para as questões éticas da comunicação que não estão directa ou exclusivamente ligados ao grupo profissional. Há códigos elaborados por Conselhos de Imprensa, há códigos elaborados por associações de editores ou proprietários de *media* (foi por aí, aliás, que começaram nos Estados Unidos, nos princípios do século XX – cf. Aznar, 2005b), há mesmo casos de códigos elaborados em conjunto pelos jornalistas e pelo Estado e seguidamente transformados em letra de lei – é o caso do da Dinamarca que, por isso, parece colocá-los já na órbita do Direito, uma órbita diferente da da auto-regulação (Laitila, 1995: 529-530).

citações ou a preservação da confidencialidade (prestação de contas às fontes e às pessoas referidas nos textos), o respeito pelas instituições públicas (prestação de contas ao Estado) ou o compromisso de lealdade para com a empresa em que se trabalha (prestação de contas à entidade patronal). A segunda função, mais voltada para o seio do grupo profissional, tem a ver com princípios que se considera essencial preservar enquanto condições de um exercício livre e responsável da actividade: princípios ligados à protecção da integridade dos jornalistas e à protecção da unidade da profissão. E aqui se incluem normas como, por exemplo, o direito/dever ao sigilo profissional e à cláusula de consciência, a proibição de aceitação de subornos ou a condenação do plágio.

Nem todos os códigos contemplam (e, muito menos, nos mesmos termos) todas as sub-funções aqui especificadas, sendo uns mais sensíveis a uns aspectos e outros mais sensíveis a outros, conforme os respectivos contextos históricos, políticos, culturais e profissionais. Apesar da sua grande diversidade, há, ainda assim, pontos em comum. Uma análise feita por Laitila (1995) a 31 Códigos Deontológicos representando 29 países europeus permitiu concluir que as três sub-funções mais frequentemente trabalhadas neles são as de *accountability* para com o público em geral, *accountability* para com as fontes e pessoas citadas, e protecção da integridade dos jornalistas. Mais em concreto, foram identificados 10 princípios que, independentemente da sua formulação particular, são comuns a mais de 75 por cento dos códigos estudados:

- verdade, honestidade e rigor da informação;
- imperativo de correcção dos erros;
- proibição de discriminação com base em raça, etnia ou religião;
- respeito pela privacidade;
- proibição da aceitação de subornos ou outros benefícios;
- meios honestos de recolha de informação;
- recusa de pressões exteriores sobre o trabalho jornalístico;
- proibição de discriminação com base no sexo e classe social;
- liberdade de expressão, de comentário e de crítica;
- sigilo profissional.

As preocupações patentes nos códigos foram-se alterando, entretanto, conforme os tempos e espaços em que nasceram ou em que foram revistos. E há três épocas marcantes na sua disseminação (Aznar, 2005b). Desde logo, os primórdios, situados nas primeiras

décadas do século XX, quando surgiram as primeiras “cartas” de deveres deontológicos do jornalismo – em França (1918), na Suécia (1923), nos Estados Unidos (1926³⁰), por exemplo. Correspondiam, antes de tudo, à necessidade de

moralizar uns *media* que tinham crescido durante o século XIX à margem de qualquer consideração ética e cuja importância económica e social aumentava dia a dia. E também à vontade dos jornalistas de criarem uma identidade profissional baseada no respeito por certas normas deontológicas básicas. (Aznar, 2005b: 35).

Um segundo momento de forte expansão de documentos deste tipo ocorre após a II Guerra Mundial – que suscitou, como já vimos, importantes questões e debates sobre a instrumentalização da comunicação social para fins propagandísticos –, numa altura em que também a actividade económica e empresarial se expande, e crescem novas preocupações no campo social (de que é bom exemplo a Declaração Universal dos Direitos do Homem, datada de 1948). Neste contexto global, que acabou por dar “um novo impulso e um novo fundamento normativo aos códigos éticos do jornalismo” (*ibid.*: 36), começaram a esboçar-se igualmente algumas (sempre muito difíceis e morosas) tentativas de elaboração de códigos de âmbito internacional, de entre as quais acabariam por se destacar a “Carta de Munique” (1971) e os “Princípios Internacionais de Ética Profissional do Jornalismo” da Unesco (1983). Pode dizer-se que, apesar destas iniciativas, o conhecimento e a discussão das questões deontológicas continuavam muito restringidas ao meio profissional dos jornalistas, pouco chegando ao público.

Tal estado de coisas acabou por se alterar substancialmente num terceiro momento histórico, associado à década de 1990 e à viragem do século – um momento de fortes transformações de carácter político (queda do Muro de Berlim e implosão do bloco soviético, ascensão do neo-liberalismo), económico (crescentes fenómenos de concentração empresarial à escala multinacional e até global, expansão e desregulação dos mercados), tecnológico (expansão do digital e do multimédia, advento e desenvolvimento da chamada “sociedade da informação”) e sócio-cultural (novos movimentos sociais, atenção crescente a novos temas – diálogo Norte/Sul, ecologia, discriminação sexual). Não é de espantar que tudo isto tenha tido grandes repercussões na actividade mediática (ela própria em tempo de fortíssimo desenvolvimento à escala mundial) e na reflexão ética

³⁰ Em 1926 surgiu o primeiro código norte-americano elaborado por um colectivo de jornalistas – a Sociedade de Jornalistas Profissionais Sigma Delta Press. Antes disso, já tinham aparecido outros códigos naquele país, mas da responsabilidade de proprietários e editores de jornais, como é o caso do da Associação de Editores do Kansas, de 1910, considerado por alguns “o primeiro código *efectivo* do jornalismo” (Aznar, 2005b: 34, realce do autor).

dos jornalistas, com tradução não tanto na elaboração de novos códigos deontológicos mas, sobretudo, na sua reformulação e actualização: quase todos os países europeus os reviram nos anos 1990 (Aznar, 2005b: 40). E é também deste período um documento internacional de referência: a Resolução 1003 do Conselho da Europa sobre Ética Jornalística (1993). De entre as mudanças verificadas, sobressai uma que é muito cara a diversos investigadores do sector, como Robert White (1995) ou os já citados Christians & Nordenstreng (2004 – ver capítulo anterior) e que também partilhamos: a de que as questões éticas e deontológicas do jornalismo não se considerem questões exclusivamente do foro dos jornalistas, ou deles e das suas empresas, mas que cheguem igualmente ao público e o envolvam nos debates por elas suscitados. É o que diz Aznar:

Talvez a novidade mais fundamental desta etapa resida no facto de que pela primeira vez a ética dos *media* deixa de ser uma preocupação exclusiva de editores e jornalistas. Desde há alguns anos, e de par com o crescente protagonismo dos *media*, a ética jornalística passou a ter um lugar próprio no debate público das nossas sociedades (Aznar, 2005b: 42).

Para isto aponta White (1995: 442) quando insiste na tese de que “a ética dos *media* tem de ser vista como uma parte integrante da responsabilidade de todos os membros de uma dada sociedade pela qualidade da informação disponível para o processo de tomadas de decisão colectivas”. Isso não significa, como diz, que “se negue a importância dos códigos deontológicos da profissão”, mas alerta para o facto de que o bom trabalho dos jornalistas é também condicionado pelos proprietários e gestores dos *media*, pelos legisladores, pelos condutores das políticas públicas, pelos especialistas e estudiosos da comunicação e, *last but not least*, “pelos valores da comunicação do público em geral”. Daí que convenha ter algumas cautelas contra uma “percepção meramente individualista” da ética da comunicação e dos *media* (*ibidem*).

De entre as principais vantagens da existência destes códigos formais sobressai, precisamente, o facto de eles traduzirem o reconhecimento público da dimensão ética de uma profissão, feito de resto pelos seus protagonistas directos, com o que isso implica de compromisso perante a sociedade. Eles deixam claro que não bastam os conhecimentos técnicos e o vínculo económico-laboral para exercer jornalismo de modo competente e legítimo; há também valores e normas morais a ter em conta. Assim, os códigos “contribuem para criar uma consciência moral colectiva na profissão” (Aznar, 2005b: 53) e, mais do que isso, fornecem ao público um conjunto de elementos e critérios concretos pelos quais eles podem guiar-se para ajuizar da actividade e interpelar os seus protagonistas. Ajudando a defender o público, ajudam igualmente a defender os próprios

jornalistas de pressões e interferências externas, seja porque definem o quadro imprescindível ao adequado exercício do *métier* em liberdade e responsabilidade, seja porque, fazendo-o, inibem eventuais iniciativas reguladoras por parte dos poderes constituídos. E a dimensão colectiva que deles emana tem também o seu valor:

A adesão a um código [ético] revela um compromisso público colectivo com princípios e padrões éticos reconhecidos, que vai para além de uma consciência puramente solitária sobre questões éticas (Belsey & Chadwick, 1995: 467)

Também estes instrumentos auto-reguladores, por muito disseminados que estejam, suscitam, aqui e além, as suas reservas. Os seguidores da matriz mais entranhadamente liberal continuam a pensar que um código de normas, qualquer que ele seja, significa sempre uma restrição à inalienável liberdade pessoal dos jornalistas, insistindo no papel exclusivo das consciências individuais para tudo o que seja decisão ética. Em sentido oposto pronunciam-se os que criticam o carácter vago e muitas vezes apenas indicativo de boa parte dos códigos, considerando que isso os deixa muito livres para todas as interpretações casuísticas e, assim, lhes retira qualquer sentido ou eficácia.

É, mais uma vez, a questão da eficácia que acaba por resumir o grosso das críticas aos Códigos Deontológicos – nuns casos por causa do articulado em si (ora demasiado generalista, ora pormenorizado em excesso), noutros casos por causa da sua questionável representatividade e legitimidade (quando emana de um sindicato que não é de vinculação obrigatória), noutros casos ainda pela ausência de mecanismos efectivos para fazer cumprir as suas normas (ausência ou leveza de sanções). Já vimos atrás, a propósito do próprio conceito de auto-regulação, como o tema das sanções ‘materiais’ ou ‘morais’ é uma faca de dois gumes e tanto pode constituir a fraqueza de um dado processo como a sua força: a assimilação da ética ao Direito e a juridificação das normas morais retira à deontologia, enquanto compromisso sincero, livre e voluntário, o seu carácter mais distintivo. Isto é dito, naturalmente, sem prejuízo de se considerar que deve haver sanções morais para infracções desse âmbito, e elas devem ter suficiente peso e repercussão tanto sobre o infractor como em termos públicos – o que, convenhamos, por vezes não sucede.

Mais importante que isto, entretanto, é a necessidade de situar adequadamente o papel dos Códigos Deontológicos – não esquecendo que eles, por si sós, estão longe de esgotar o papel e a efectividade da auto-regulação – e, sobretudo, de não estabelecer com eles uma relação mecanicista ou instrumental. Como sublinha ainda Aznar (2005b: 62-63), “quando se assume com autenticidade um código deontológico, adopta-se um compromisso que vai para além da letra concreta dos seus artigos” e que, por isso,

“vincula os profissionais e os *media* ao seu espírito e à sua finalidade última”. Quer isto dizer que “por baixo” do código está sempre a consciência moral do profissional – a reflexão ética mais lata prevalece sobre a estrita norma deontológica – e “por cima” dele está “a consciência moral colectiva da comunicação” (*ibid.*: 63). Ou seja, pode e deve ‘passar-se’ pelos códigos deontológicos, mas é preciso ir além deles.

Muito menos expandidos que os dos jornalistas, os ‘códigos éticos’ das empresas de *media* ou das respectivas associações de proprietários ajudariam, com certeza, a melhorar a qualidade, a exigência e o sentido de responsabilidade social dos meios de comunicação. O pressuposto óbvio é o de que, neste domínio, há importantes instâncias de decisão (sobre que assuntos tratar ou não tratar, sobre que formatos privilegiar, sobre que condições de tempo e espaço dispor ou não para aprofundar a informação, sobre “que” e “como” publicar, etc.) que escapam à esfera de actuação individual do jornalista, e por vezes mesmo à esfera de competências próprias da redacção e da sua direcção editorial. Um compromisso, nestas matérias, partilhado também por quem tem a responsabilidade de conduzir o negócio ajudaria certamente a esbater tensões desnecessárias ou prejudiciais e a estabelecer padrões de efectivo serviço público que aproximariam os *media* da sua mais genuína vocação social.

6.5. - Conselho Deontológico

No actual enquadramento português, cabe ao Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas velar pelo cumprimento das normas que constam do respectivo código. Nesse sentido, é um órgão tipicamente auto-regulador, criado por iniciativa voluntária do grupo profissional e do qual, pelo menos em tese, dependeria muita da eficácia prática dos preceitos deontológicos definidos (definidos, registe-se, também de modo livre e soberano pelo próprio grupo profissional). A experiência acumulada sugere, todavia, que a situação revela algumas fragilidades e suscita recorrentes controvérsias.

Como evidenciámos no capítulo dedicado à evolução histórica da actividade profissional e associativa dos jornalistas, o cerne do problema situa-se na ambiguidade do seu estatuto (e, arriscamos dizer, da sua identidade), entre o “profissional liberal” e o “trabalhador por conta de outrem”. Entre nós, esta situação acabou, muito à imagem do que sucedeu com carácter pioneiro em França, por concentrar numa estrutura sindical não só as funções tradicionais de defesa dos direitos e interesses dos seus associados, enquanto trabalhadores assalariados, mas também funções ligadas às suas responsabilidades éticas e

deveres deontológicos, dada a incidência social da profissão de jornalista. E isso fez-se com uma argumentação teórica, que levava a recusar a alternativa de constituição de uma Ordem, típica das profissões liberais: partiu da pressuposição de que a apreciação do comportamento ético e deontológico dos jornalistas era indissociável da consideração do enquadramento económico-laboral em que exerciam a sua actividade, ou seja, numa situação de subordinação hierárquica ao proprietário de uma empresa e seu patrão.

Foi assim que, em Portugal, o Sindicato dos Jornalistas se tornou na entidade responsável pelo acompanhamento e fiscalização de todas as matérias deontológicas, e mesmo pela emissão do título profissional legalmente exigido para o exercício da actividade – a Carteira Profissional, sujeita a um regime de incompatibilidades entretanto estabelecido por lei. Aliás, a prerrogativa de passagem dos títulos profissionais por parte da estrutura de representação sindical dos jornalistas vinha já do regime corporativo anterior à Revolução de Abril, embora então no contexto de um sindicato “único” e “oficial”, tutelado pelo poder político como todos os demais no tempo da ditadura.

Isto sucede num contexto em que os jornalistas não estavam (como ainda hoje não estão) obrigados a filiar-se naquele ou em qualquer outro sindicato. E mesmo estando estabelecido que a emissão e revalidação da Carteira seria feita independentemente da condição de sindicalizado ou não do candidato, compreende-se que este estado de coisas suscitasse reservas. A tal ponto assim foi que, em 1992, o Tribunal Constitucional decidiu pela inconstitucionalidade da situação, transferindo para um novo organismo (uma “entidade pública independente”, presidida por um juiz) a competência de emissão e renovação dos títulos profissionais. No entanto, havia e continuou a haver um Código Deontológico elaborado e aprovado no âmbito do Sindicato dos Jornalistas e, em correlação com ele, um Conselho Deontológico – eleito em listas separadas das dos órgãos sindicais, mas mesmo assim integrado na sua órbita. E é este enquadramento que leva a que diversos profissionais não sindicalizados (ou até sindicalizados, mas discordantes) não se sintam muito vinculados a um organismo que prefeririam ver a funcionar numa esfera totalmente independente da sindical³¹. As alterações a este regime propostas em 2006 pelo

³¹ Aliás, Moreira (1997: 296) defende que a declaração de inconstitucionalidade da norma que cometia ao Sindicato a competência para outorgar os títulos profissionais mesmo a jornalistas não sindicalizados também vale para as funções oficiais de disciplina em relação a toda a profissão. Significa isto que, em sua opinião, a jurisdição do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas não abrange os profissionais que não são membros do sindicato: “[A] autodisciplina sindical [não pode] exceder o quadro associativo, já quanto ao seu âmbito pessoal, já quanto às respectivas sanções”.

Governo, se forem aprovadas, transferirão o essencial dos poderes sancionatórios em matéria deontológica para a Comissão da Carteira Profissional, com composição e atribuições revistas para o efeito (ver Nota 24, neste capítulo). As críticas dos jornalistas a esta solução têm a ver precisamente com o retirar da órbita exclusiva do grupo profissional a competência para fiscalizar infracções do foro deontológico.

Os olhares mais cépticos quanto à operacionalidade efectiva do Conselho Deontológico do Sindicato acusam-no de algum “corporativismo” – como, aliás, é comum criticar-se também as Ordens profissionais por um exercício alegadamente auto-desculpabilizador, ou frequentemente muito sigiloso, dos seus poderes disciplinares. Mais importante que isso, no caso dos jornalistas, será alguma desmobilização em torno daquele órgão, que contribui para que, mesmo na polémica situação em que vive, seja menos utilizado como instância de recurso do que seria desejável. E a sua ‘presença’ no espaço público acaba, assim, por ser também bastante discreta.

6.6. - Conselho de Imprensa

Os conselhos de imprensa – ou *Press Councils*, na terminologia internacional corrente – são um dos mecanismos de auto-regulação mais estimulantes e teoricamente mais completos, pois, independentemente das diferenças na sua composição conforme os países ou regiões, acabam sempre (ou quase sempre) por incluir os três grandes grupos de protagonistas do processo comunicativo: as empresas de *media*, os profissionais e o público. Esta circunstância leva mesmo a que alguns considerem que este mecanismo auto-regulador “representa a *consciência moral colectiva* da comunicação social” (Aznar, 2005b: 263, realce do autor). Não se estranha, assim, que o próprio Conselho da Europa, na sua Resolução 1003, de 1993, dedicada à ética do jornalismo, tenha especificamente aconselhado a criação de

organismos ou mecanismos de auto-controlo integrados por editores, jornalistas, associações de usuários dos *media*, especialistas do mundo académico e juizes, os quais devem elaborar resoluções sobre o respeito pelos princípios deontológicos no jornalismo, com o compromisso previamente assumido pelos *media* de publicar as resoluções relevantes (cit. em Aznar, 1999: 179).

A participação dos públicos nestas instâncias é um elemento particularmente sensível, pois permite não só escapar às tentações de fechamento corporativo do grupo profissional sobre si mesmo (ou às preocupações meramente defensivas dos empresários), como também dar voz efectiva àqueles em nome dos quais, supostamente, se aposta na

(auto)regulação em matérias éticas e deontológicas. Ora, um dos modos de concretizar as exigências de *accountability* de um determinado sector de actividade perante a comunidade em geral é, precisamente, a “participação de leigos nos órgãos da instância auto-regulada” (Moreira, 1997: 106) – outros são a publicitação da sua actuação e respectivas resoluções, e a eventual prestação de contas ao próprio Estado. No caso dos Conselhos de Imprensa, não só está habitualmente assegurada a participação dos ‘leigos’, como, além disso, há uma separação entre o esquema da auto-regulação e a própria associação profissional, sendo que ambos os elementos contribuem decerto para “fazer entrar institucionalmente as considerações públicas na auto-regulação profissional” (*ibid.*: 106-107), cujo ponto de partida é uma iniciativa voluntária e privada.

Estes organismos – que, mais uma vez, surgiram com carácter pioneiro num país escandinavo, concretamente a Suécia, em 1916 – dedicam-se fundamentalmente a receber as queixas dos cidadãos sobre comportamentos incorrectos dos *media* que directa ou indirectamente os afectam, formulando sobre eles um juízo público³² que o *medium* visado se obriga a publicar com destaque nas suas próprias páginas. Aliás, com uma ou outra excepção em que pode haver lugar à imposição de sanções pecuniárias à empresa prevaricadora, esta publicação é normalmente a única sanção (de tipo moral, como se vê) que os Conselhos de Imprensa têm competência para accionar. Antes disso, muitas vezes a sua intervenção acaba por se esgotar apenas numa (também valiosa) actividade de mediação: recebida a queixa e comunicada esta ao meio de comunicação visado, ele acaba frequentemente por proceder às necessárias correcções ou pedido de desculpas públicas, com isso resolvendo o diferendo sem necessidade de outros julgamentos.

Para além da participação do público – que, nalguns casos, é explicitamente alargada a estudiosos qualificados dos *media*, oriundos do meio universitário, como sucede com o *Conselho de Informação da Catalunha (CIC)* –, bem como da de profissionais do sector, estes organismos contam sempre com a participação activa das empresas de *media*, seja através dos respectivos proprietários (*publishers*), seja através dos máximos responsáveis editoriais (directores ou *editors*). Tal presença acaba por ser determinante, até para assegurar os financiamentos necessários ao seu funcionamento, e implica o

³² No caso de um dos mais conhecidos Conselhos de Imprensa hoje em actividade, o do estado americano do Minnesota (*Minnesota News Council*) – que, curiosamente, funciona em instalações oferecidas pela universidade pública local –, o julgamento das queixas apresentadas e aceites é mesmo feito em audiência pública, aberta a quem queira assistir, com o que certamente se ganha em termos de publicidade e de pedagogia sobre estas matérias.

compromisso voluntário dos órgãos de comunicação de publicitarem as resoluções em que são visados. Terá sido, de resto, a falta de apoio de algumas das mais importantes empresas de *media* americanos que acabou por ditar a morte do *Conselho Nacional de Imprensa* dos EUA, que funcionou entre 1973 e 1984. A insuficiência de meios financeiros, aliada à tendência para cada órgão de comunicação resolver as suas próprias questões nesta matéria (com recurso a outros instrumentos auto-reguladores, como os códigos internos ou o Provedor do Leitor), acabou por inviabilizar o dito Conselho – um exemplo interessante, apesar de tudo, num país que, apegado à tradição desreguladora induzida pela “Primeira Emenda”, consabidamente reage mal a este tipo de órgãos.

Pelo contrário, continua desde há mais de 50 anos a funcionar, apesar de múltiplos acidentes de percurso, o Conselho de Imprensa mais conhecido no mundo³³: o *Press Council (PC)* da Grã-Bretanha, criado em 1953, e desde 1990 “re-baptizado” com o nome de *Press Complaints Commission (PCC)*³⁴. A medida do seu sucesso é dada, desde logo, pelo facto de ele ser referido quase como sinónimo do próprio conceito de auto-regulação: tanto na literatura específica desta área como na linguagem comum, quando os britânicos escrevem ou falam da auto-regulação dos *media* (sua história, sua evolução, suas controvérsias, suas vantagens e limites), é da *PCC* que realmente falam, certamente por ser o organismo mais visível e também aquele em que depositam mais expectativas.

Não obstante, são recorrentes as críticas de que este conselho acaba por ser utilizado de modo bastante “defensivo” pelos empresários da fortíssima imprensa periódica do país – eles que desde sempre foram determinantes na sua implementação, no seu financiamento e também no desenho dos diversos modelos que ele foi adoptando –, receosos de que o Governo concretize as periódicas ameaças de regular mais o sector em sede legal, como resposta a alegadas ineficácias na actuação da *PCC*. Aliás, o conselho nasceu em 1953 precisamente por reacção à anunciada intenção do Governo da época de criar um organismo desse tipo, mas investido de poderes legais e capacidade sancionatória

³³ Talvez devêssemos dizer que é o mais conhecido do mundo *ocidental*, pois há exemplos de outras latitudes porventura com um carácter ainda mais pioneiro. Bertrand (1999: 87-88) recorda que os primeiros conselhos de imprensa a incluir não-profissionais entre os seus membros foram os da Turquia e da Coreia do Sul, logo no início da década de 1960. Ora o *Press Council* britânico, nos seus inícios, incluía apenas representantes do sector, só tendo alargado a sua composição a pessoas do público quando foi reformulado em 1962 (Aznar, 2005b: 265).

³⁴ A *PCC* britânica recebeu, entre 1993 e 2003, cerca de 25 mil queixas (3.649 só no ano de 2003), embora uma grande parte tenha sido considerada improcedente logo no início e, por isso, não tenha chegado sequer à fase de análise e julgamento. Em contrapartida, o Conselho Nacional de Imprensa dos EUA, ao longo dos seus 11 anos de funcionamento, estudou apenas 242 queixas de cidadãos, o que dá bem a medida das diferenças de impacto entre ambos (Aznar, 2005b).

material. O certo é que, até à data, tais ameaças nunca se concretizaram e, pela sua parte, a PCC foi procurando melhorar a sua *performance*, quer dotando-se (já em 1991) de um Código Deontológico próprio, quer revendo periodicamente estas suas normas em função de novos problemas suscitados pela actuação muito agressiva dos tablóides britânicos em relação à privacidade das pessoas (a última alteração importante ocorreu na sequência da morte da princesa Diana, *Lady Di*, e das polémicas então suscitadas pela actuação dos chamados *papparazzi*). O que não impede que, aqui e além, haja quem olhe para ela mais como um “mecanismo de auto-regulação da indústria da imprensa” do que como um “mecanismo de auto-regulação da actividade ou da profissão do jornalismo” (Aznar, 2005b: 269, realces do autor), como efectivamente devia ser.

Há alguns exemplos de Conselhos de Imprensa em que o protagonismo das empresas do sector é comparativamente menor e, pelo contrário, assume maior expressão não só a participação dos profissionais – nalguns casos, como na Catalunha, os verdadeiros responsáveis pelo lançamento da iniciativa –, como a própria participação do público, através de organismos colectivos da sociedade civil ou de individualidades prestigiadas. Isto sucede particularmente em países (como os do Norte da Europa) em que as tradições de exigência e de participação social, neste como noutros âmbitos, são mais antigas e mais dinâmicas. Em contrapartida, em países onde essa tradição é menor, torna-se mais difícil impor – ou preservar – soluções deste tipo, tornando-se mais frequentes as que conferem ao Estado um papel de algum relevo, quando não de quase exclusivo, em matéria de regulação dos *media*.

Veja-se o caso de Portugal, em que funcionou já (entre 1975 e 1990) também um Conselho de Imprensa concebido em moldes algo semelhantes aos atrás referidos³⁵, mas que acabou por ser ‘substituído’ por um organismo público administrativo, de duvidosa independência política (pelo menos no seu desenho inicial, entretanto matizado), e que nem com muito boa vontade poderia associar-se aos conceitos de auto-regulação ou de co-regulação: a Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS). O organismo que recentemente lhe sucedeu – a Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC) – é, de

³⁵ Mesquita (1994: 367), comentando as novidades trazidas pela primeira Lei de Imprensa portuguesa após a instauração da democracia (publicada em Fevereiro de 1975), refere a criação do Conselho de Imprensa e afirma explicitamente que ele era “inspirado no modelo britânico do Press Council”. Este Conselho iniciou funções em Maio de 1975 e manteve-se até 1990, altura em que a nova lei de criação da Alta Autoridade para a Comunicação Social (decorrente da revisão constitucional de 1989) o extinguiu. Tal extinção, na opinião de Carvalho (2005: 52), “abriu uma brecha de legitimidade na tutela deontológica do sector (então circunscrita à imprensa escrita) que não mais voltaria a ser preenchida”.

modo mais claro e assumido, um organismo de hetero-regulação que deliberadamente não dá lugar nem voz, a não ser num Conselho Consultivo, aos diferentes protagonistas do processo comunicativo, sejam eles os profissionais, as empresas ou o público. Embora este tipo de organismos tenha sido apontado como vindo, de algum modo, ocupar boa parte do lugar do antigo Conselho de Imprensa (apesar das enormes diferenças quanto à filosofia, composição ou esfera de competências), parece claro que isso não sucedeu de todo: houve um deslocamento do campo da auto-regulação – ou, mais precisamente, da co-regulação – para o campo da hetero-regulação simples e pura, pelo que o espaço muito próprio de um *Press Council* nos moldes aqui descritos continua, notoriamente por preencher em Portugal³⁶.

A multiplicidade de formatos que os Conselhos de Imprensa têm adoptado, consoantes os países e as épocas, faz com que não seja muito fácil defini-los de modo inequívoco. Bertrand (1999) distingue entre “pseudo-conselhos”, “semi-conselhos” e “verdadeiros conselhos”, conforme o grau de participação e de influência que neles têm os poderes públicos (e designadamente o governo), e conforme se ajustam de facto, ou não, às suas proclamadas funções: ajudar os *media* a manterem-se efectivamente livres e, simultaneamente, a prestarem contas ao público, de modo responsável e voluntário, pelas suas actuações. Daí que possa parecer mais fácil defini-los sobretudo pelo que não são:

Um conselho de imprensa não é NEM uma comissão governamental de censura, NEM um comité interno de auto-censura, NEM um grupo de pressão ao serviço dos proprietários dos *media*, NEM um sindicato de profissionais, NEM uma agência de arbitragem para conflitos no seio dos *media*, NEM a emanação de uma organização de usuários (Bertrand, 1999: 88, realces do autor).

À falta de um explícito denominador comum às fórmulas adoptadas, pode pelo menos dizer-se, apesar do carácter vago da expressão, que um conselho deste tipo é “um grupo de pessoas cuja preocupação pela qualidade dos *media* as leva a utilizar a sua influência moral para a melhorar” (*ibidem*). Mais especificamente, pode acrescentar-se que procura contribuir, de modo livre e voluntário mas activamente comprometido, para que “a imprensa assegure bem as suas funções na sociedade”, neste processo procurando captar o

³⁶ Menos conhecido é o facto de ter existido um anterior, e muito peculiar, “Conselho de Imprensa” em Portugal já nos idos de 1945, em plena ditadura. Ligado mais uma vez ao homem forte da propaganda do regime, António Ferro, surgiu na sequência da transformação (ela própria sintomática) do Secretariado da Propaganda Nacional em Secretariado Nacional de Informação (decreto nº 34.133, de 1944). Este “Conselho de Imprensa” decorria, segundo o próprio Ferro (cit. em Veríssimo, 2003: 30) da “necessidade de uma colaboração mais íntima entre o Estado e os jornais”, juntando à mesma mesa os directores dos jornais diários, o director dos Serviços de Censura e o chefe da Repartição de Informação. “Não é o Estado a oprimir a imprensa, é a imprensa a colaborar com o Estado quando este se confunde com a Nação” – assim era a iniciativa justificada pelo seu principal mentor (*ibid.*: 31).

apoio e a colaboração da opinião pública no seu combate pela independência dos meios de comunicação. E a grande vantagem que apresenta, no modelo mais próximo do seu ideal-tipo, está em reunir e representar tanto os investidores, “que possuem o poder de informar”, como os produtores, “que têm o talento de informar”, como ainda os usufrutuários dos *media*, “que têm o direito a ser informados” (Bertrand, 1999: 109). E como está posto de lado qualquer direito de constrangimento de uns sobre os outros, “a sua eficácia depende inteiramente da cooperação entre estes três grupos” (*ibidem*).

O facto de se considerar que os Conselhos de Imprensa constituem, porventura, o exemplo mais completo e abrangente de organismo auto-regulador dos *media* não significa que exclua ou substitua os outros mecanismos e instrumentos de que temos vindo a falar. Insistimos nesta dupla ideia: as diferentes instâncias de auto-regulação têm lugares próprios e funções específicas, devendo ser olhadas como complementares, e a eficácia global do processo de auto-regulação do sector deve ser avaliada em função do funcionamento conjunto e cumulativo de todas elas, sendo certo que cada uma contribui à sua maneira para o todo, e também o ambiente geral decorrente de uma multiplicação de iniciativas deste âmbito favorece a melhoria de cada uma delas.

6.7. - Correio dos Leitores e Tribuna Pública

Sempre que um jornal entende abrir espaços à livre expressão de ideias e opiniões, está não só a cumprir um dos seus mais básicos e nobres papéis junto da sociedade (que representa e para quem trabalha), como a permitir que a sua própria actuação seja avaliada, comentada e criticada pelo público. E, nesse sentido, está também a auto-regular-se, mesmo de um modo mais informal e fluído .

As “Cartas ao Director” são uma das rubricas mais antigas e mais difundidas na generalidade dos órgãos de imprensa, e sintomaticamente das mais lidas, como vários inquéritos já evidenciaram. Em muitos casos, elas são utilizadas para corrigir, complementar, contradizer, discutir elementos informativos difundidos pelo jornal ou comportamentos menos próprios por ele adoptados. E se é verdade que cabe aos responsáveis do periódico seleccionarem discricionariamente as cartas que publicam ou as que guardam na gaveta, ou se é verdade também que havia entre nós o desagradável costume de responder às cartas mais críticas com “Notas de Redacção” frequentemente arrogantes e desqualificadoras (com a agravante de que a última palavra cabe sempre a quem trabalha no próprio jornal), não é menos verdade que, em diversas situações, estes

contributos dos leitores têm servido para repor coisas no devido lugar. E quando o jornal se retracta ou se desculpa por comportamentos inadequados, reforça junto do seu público a ideia de que está aberto à crítica dos leitores e desejoso de corresponder melhor ao que eles lhe exigem. A circunstância de vários órgãos de comunicação decidirem actualmente tomar, por vontade própria, a iniciativa de corrigir erros por eles mesmos detectados – algo dificilmente imaginável há umas décadas, quando tais acções eram associadas a falhas ou fragilidades que se preferia “varrer para debaixo do tapete”, em vez de assumir publicamente com humildade – é, no fundo, sinal de que as exigências de auto-regulação e de respeito pela inteligência dos leitores vão fazendo o seu caminho.

Seja por genuína vontade de maior abertura da “torre de marfim” em que tanto se acantonavam os *media*, seja por mais prosaicos objectivos de *marketing* e de conquista da simpatia das audiências, têm proliferado, em anos recentes, muitas outras iniciativas que procuram dar voz aos receptores da informação, concedendo-lhes espaços de comentário e opinião, criando fóruns de livre discussão (veja-se o caso das rádios e das televisões portuguesas), abrindo-se ao envio de fotografias e vídeos captados onde o jornalista não chegou, alargando as rubricas chamadas “do leitor”, avançando mesmo para fórmulas inovadoras e mais ou menos interessantes do que já vai sendo conhecido como “jornalismo participativo”. As novas tecnologias digitais de captação e tratamento de informação, associadas à banalização dos conhecimentos técnicos requeridos pelos novos instrumentos e às novíssimas possibilidades de comunicação à distância, contribuem imenso para facilitar estes movimentos. E se nem todos poderão inscrever-se em propósitos auto-reguladores, pelo menos ajudam a incorporar mais o pensar e o sentir (e até o fazer) dos consumidores de informação, com evidentes efeitos no modo como os profissionais e as empresas vão definindo as suas agendas de prioridades e os seus modos de agir.

6.8. - Crítica de Media / Metajornalismo

Para além da maior participação genérica do público ‘leigo’ em alguns processos e produtos da comunicação social, também foram crescendo as atenções a este domínio por parte dos estudiosos e investigadores deste campo, transformando-o crescentemente num domínio de saber, de análise e de reflexão, teórica e prática, que decerto acaba por ter alguma influência no modo como os *media* se entendem e nas respectivas *performances*. Acresce que, como já dissemos antes, se generalizaram também (com enorme sucesso) os cursos universitários de Jornalismo e de Ciências da Comunicação, de tal modo que hoje

só por excepção alguém chega ao jornalismo profissional sem uma titulação académica de grau superior, mesmo que tal não seja exigido na maior parte dos regimes legais. Significa isto que há, actualmente, grande atenção ao funcionamento dos meios de comunicação social e às suas polifacetadas interacções com a sociedade, com repercussões tanto nos presentes como nos futuros profissionais do sector, e com repercussões no grau de exigência e no desenvolvimento de um sentido crítico mais qualificado nos cidadãos.

Se muita desta actividade passa ao lado dos jornais, da rádio ou da televisão, alguma já vai também encontrando neles o seu espaço de expressão. Colunas especializadas em *media* (e não só as já mais antigas críticas de televisão), secções noticiosas voltadas para o universo mediático, inquéritos de opinião, resenhas de livros e publicações da especialidade, suplementos temáticos, iniciativas empresariais ligadas à educação para os *media* ou ao fomento dos jornais escolares, para dar só alguns exemplos, são sinal de uma atenção crescente a estas temáticas – e de uma crescente preocupação com elas –, introduzindo instâncias de debate com participação alargada a novos actores. Também o jornalismo se (pre)ocupa hoje um pouco mais com o próprio jornalismo, não deixando o exclusivo dessas reflexões teóricas aos meios académicos, e também os meios académicos se (pre)ocupam hoje um pouco mais com as circunstâncias concretas em que se desenvolve a actividade – um e outro movimentos contribuindo para aproximar os meios dos que ‘fazem’ e dos que ‘estudam’ o jornalismo, os meios da teoria e da prática, os meios da escola e da tarimba, com vantagens mútuas.

Mais uma vez, também aqui as novas possibilidades decorrentes do acesso fácil à produção e difusão de informação no espaço público multiplicaram as oportunidades de monitorização, escrutínio e crítica dos *media*, como é patente, por exemplo, na quantidade de blogues que, em anos recentes, se dedicaram a estes assuntos. E nalguns casos trata-se de iniciativas de investigadores, de estudiosos, até de grupos institucionais ligados ao sector, mas noutros trata-se de simples cidadãos ou grupos de cidadãos que, interessados na qualidade da informação mediática que nos rodeia, funcionam como vigilantes empenhados e exigentes, cada vez com mais eco junto dos próprios responsáveis dos *media* (quanto mais não seja, porque estes já não podem ignorar essas expressões).

6.9. - Provedor do Leitor / do Ouvinte / do Espectador

Uma das mais recentes e estimulantes instâncias de auto-regulação dos *media* é o Provedor (ou *news ombudsman*, para usar o termo original), que começou por ser Provedor

do Leitor, por se confinar aos terrenos da imprensa escrita, mas hoje é também em diferentes latitudes – incluindo Portugal, desde meados de 2006 – Provedor do Ouvinte e Provedor do Telespectador, pois começaram a surgir iniciativas semelhantes nos meios da rádio e da televisão. Não nos alongaremos aqui sobre o assunto, pois é a esta figura auto-reguladora que dedicaremos todo o próximo capítulo, no âmbito do trabalho empírico que desenvolvemos com vista a investigar o(s) modo(s) como ela é encarada e percebida pelos jornalistas de três dos mais importantes jornais diários portugueses.

6. Síntese conclusiva

Retomando a declinação muito própria do binómio **liberdade – responsabilidade** que atravessa toda a actividade dos *media*, bem como a sua permanente e multifacetada articulação com a sociedade que pretendem servir, procurámos, ao longo deste capítulo, abordar os modos como aquelas duas exigências fundadoras adquirem uma tradução concreta. Mais especificamente no que diz respeito à **responsabilidade social** inerente ao trabalho mediático, distinguimos entre a necessidade de definição de uma conduta moralmente apropriada (*responsibility*) e a subsequente obrigação de a executar, simultaneamente prestando contas pelas suas decisões, procedimentos, resultados e consequências (*accountability*).

No que toca à *responsibility*, tentámos pôr em evidência que a responsabilidade dos *media* é algo que decorre da própria ideia de funcionamento democrático de uma sociedade. E distinguimos, aqui, diferentes tipos de responsabilidades: as impostas, as contratuais e as auto-atribuídas.

No que toca à *accountability*, diferenciámos os processos de ‘prestação de contas’ entre, de um lado, os mais coercivos e ligados a imposições ou sanções externas e, de outro lado, os mais voluntários e decorrentes da iniciativa pessoal, grupal ou organizacional. Distinguimos também entre iniciativas preocupadas sobretudo com a reparação dos eventuais danos causados pelos *media* (numa lógica associada à da “liberdade negativa”) e as iniciativas empenhadas sobremaneira em garantir e melhorar a qualidade do serviço prestado por esses *media* (numa lógica associada à da “liberdade positiva”). Identificámos, de seguida, os diferentes níveis em que se coloca – e em que se exerce – esta exigência de *accountability* do trabalho jornalístico: o nível da regulação e

da lei, o nível do mercado, o nível da responsabilidade pública e o nível da responsabilidade profissional. O pano de fundo permanente, nestas reflexões, remete sistematicamente para a necessidade de procurar o ponto de equilíbrio justo – que por vezes quase parece “a busca da quadratura do círculo” – entre a máxima liberdade no funcionamento da comunicação pública e a sua máxima responsabilidade. Procurámos demonstrar, ainda assim, que a exigência de prestação de contas, concretizada em formas múltiplas de regulação externa ou interna dos *media*, não é, por si, inimiga do seu funcionamento livre numa sociedade democrática e, pelo contrário, pode ser a condição de preservação e valorização dessa mesma liberdade.

Passámos, então, à análise mais específica das questões de **regulação** dos *media*, sublinhando desde logo que uma perspectiva totalmente ‘desreguladora’, tal como é defendida pelas doutrinas libertárias e neo-liberais, pode dar toda a primazia a uma acção efectivamente reguladora (de facto, que não de direito) do mercado. Ora o **mercado**, tendo embora o seu papel próprio, deve ser apenas um vértice de um triângulo – de que os outros dois vértices são o **Estado** e a **sociedade** – que enquadra, orienta e estabelece as “regras do jogo” da actividade mediática. Ou seja, a regulação efectiva-se em múltiplas instâncias da vida política e social, havendo vantagens em a ‘descentrar’ também de um foco exclusivo no Estado.

No campo particular da **hetero-regulação** estatal, pusemos em destaque a articulação próxima (e de sentido duplo) entre os sistemas políticos e os sistemas mediáticos que se foram desenvolvendo em diferentes países, a qual conduziu a diferentes modelos – e modelos um pouco mais complexos do que os apontados em meados do século XX pela celebrada obra *Four Theories of the Press*. Demos eco, além disso, das reservas com que deve ser olhada a hierarquização de tais modelos ou a tentação da sua transformação em ideais normativos, preferindo atentar nas suas especificidades, compreendê-las e retirar de cada uma as eventuais vantagens.

Depois de referir brevemente o conceito “misto” de **co-regulação**, passámos então para o domínio da **auto-regulação** dos *media* nas suas múltiplas formas e âmbitos, definindo o que ela é e o que não é, as funções específicas que pode desempenhar e as suas maiores forças e fragilidades. Discutimos especificamente as questões da sua eficácia, ligada (embora não só) ao problema da existência ou ausência de sanções ‘materiais’, bem como as distinções que importa ter claro entre os campos da ética e da ordem moral, por um lado, e do direito e da ordem jurídica, por outro. Sublinhámos, entretanto, que se a auto-regulação está ligada à iniciativa livre e voluntária dos principais protagonistas do

processo mediático, importa ter sempre presente que os protagonistas não são apenas os que se situam do lado da **emissão** – profissionais e empresas de *media* –, mas também os que se situam do lado da **recepção** – o público –, todos sendo chamados a participar activamente neste esforço colectivo e sistemático de melhoria da comunicação mediática no espaço público.

Passámos, enfim, em revista alguns dos instrumentos e mecanismos de auto-regulação mais conhecidos, deixando como nota conclusiva a ideia de que é com o funcionamento conjunto de todos eles (ou do maior número possível) que se vão atingindo os objectivos deste processo, numa lógica de complementaridade mais do que de exclusão – algo que, sendo válido para o domínio específico da auto-regulação, é igualmente válido para a actividade reguladora dos *media* globalmente considerada.

* * * * *

VI – O Provedor do Leitor

*Olhado de viés pelos jornalistas, suspeito pelos
leitores de conluio com interesses empresariais e corporativos,
o “ombudsman” de imprensa sofre na pele o mal-estar
de todos os “go-between” a quem o destino normalmente reserva
a sorte de ficarem mal com Deus e com o Diabo.*

Mário MESQUITA, “O jornalismo em análise” (1998)

*O Provedor não serve para castrar o jornalismo.
Assim como não basta para garantir o bom jornalismo.*

Jorge WEMANS, “O PÚBLICO em público” (1999)

*A coluna do Provedor é o lugar
de encontro do jornal consigo mesmo,
espaço de cruzamento das ‘vozes’ que o compõem.*

Estrela SERRANO, “Para compreender o jornalismo” (2006)

Figura de criação muito recente, o *news ombudsman* – que em Portugal adoptou a designação de Provedor do Leitor, entretanto ‘desdobrada’ também em Provedor do Ouvinte e Provedor do Telespectador –, continua ainda à procura de uma definição mais clara e mais consensual sobre o seu papel, a sua função, o seu sentido.

Este cargo é interpretado de modos algo diversos conforme as latitudes onde se exerce – há mesmo quem, como um dos antigos Provedores do Leitor do jornal espanhol *La Vanguardia*, Josep Maria Casasús, encontre substanciais diferenças entre os provedores americanos e os provedores europeus (Casasús, 2000) –, mas, sobretudo, conforme os jornais específicos onde existe e conforme as pessoas concretas que lhe vão dando corpo. Alguns inquéritos já feitos no seio da organização internacional que agrupa grande parte dos Provedores do Leitor (a *ONO – Organization of News Ombudsmen*), bem como estudos conduzidos por especialistas dos *media* junto dos próprios provedores, parecem confluir para uma conclusão semelhante: a de que “a função não pode ser definida de

modo inequívoco sequer pelos que a desempenham” (Ettema & Glasser, 1987: 12), até porque parece haver “quase tantas definições deste ofício quantos os seus titulares” (Glasser, 1999: 280). Se alargarmos o âmbito da inquirição aos outros parceiros que directamente têm a ver com o trabalho desta entidade – os leitores, os jornalistas, os directores de jornais, os administradores de empresas jornalísticas –, muito maior é a polifonia de vozes sobre o que é (ou deve ser), o que faz (ou deve fazer), para que serve (ou deve servir) um Provedor do Leitor¹. Actividade nova e eminentemente unipessoal, ela articula-se, naturalmente, com os contextos jurídicos, políticos, sociais e deontológicos em que se exerce, mas, sobretudo, “constrói-se a si mesma a partir da acumulação da experiência diária”, dada a sua “natureza solitária e empírica” (Alba, 2003: s/p).

1. Origem e enquadramento

O termo *ombudsman* vem da Suécia antiga, onde designava a pessoa que varria a neve para permitir a circulação das pessoas e, portanto, facilitar literalmente a sua aproximação e comunicação. É esta, aliás, uma boa metáfora para situar e encarar o trabalho actual do Provedor do Leitor como uma espécie de “varredor das barreiras que se erguem entre os leitores e o jornal” (Wemans, 1999: 17). Foi também na Suécia que surgiu, já nos idos de 1809, o primeiro *ombudsman* na acepção actual do termo: tratava-se (um pouco à imagem do que é, hoje, o Provedor de Justiça em Portugal) de uma pessoa, designada pelo governo, a quem qualquer cidadão podia recorrer quando tivesse dificuldades no seu relacionamento com os serviços da administração pública. O seu “magistério de influência” passava por mediar os conflitos sem necessidade de recurso a

¹ Ver, por exemplo, e além do já citado trabalho de Ettema & Glasser (1987), estudos de Starck & Eisele (1999) entre os provedores de jornais americanos e os seus *editors*, de Mogavero (1982) também no seio dos provedores dos EUA, de Hartung, JaCoby & Dozier (1988), no campo dos leitores, de Pritchard (1993) e de Laglois & Sauvageau (1989), entre os jornalistas, e ainda de Nemeth (2000), no jornal onde pela primeira vez funcionou (em 1967) um *ombudsman* da imprensa – o *Louisville Courier-Journal* (EUA).

Acrescente-se que este último estudo, o de Neil Nemeth, foi elaborado no âmbito de uma tese de doutoramento (PhD) que ele apresentou e defendeu, em 1991, na Universidade de Indiana (EUA), sob o título *The Role of the Newspaper Ombudsman on Media Accountability: The Case of the Courier-Journal*. Antes desta, a primeira tese de doutoramento sobre o *ombudsman* de imprensa tinha sido apresentada também nos EUA, na Universidade de Washington, no ano de 1981, sendo seu autor o investigador Donald Mogavero. Uma terceira tese de doutoramento sobre esta mesma temática foi apresentada mais recentemente (em Dezembro de 2001), na Universidade San Pablo-CEU (Espanha), por Carlos Maciá Barber, sob o título *La participación y los derechos de los públicos en el proceso informativo: la figura del Defensor del Lector, del Oyente e del Telespectador* (Casasús, 2001).

meios contenciosos, confiando, portanto, na boa vontade e receptividade dos serviços alvo de queixas, pois não dispunha de qualquer capacidade sancionatória para além da de reprovação moral. A função foi-se disseminando, ao longo do século XX, por muitos países, e hoje há exemplos de *ombudsmen*, ou provedores, em diversíssimas instituições públicas e privadas, desde universidades a companhias de seguros, desde agências de viagens a serviços de saúde.

Foi já nos anos 1960 que este cargo se estreou também no sector dos *media*, mais concretamente nos EUA. Embora haja quem veja um longínquo antecessor dele no pioneiro *Bureau of Accuracy and Fair Play* criado por Ralph Pulitzer, em 1913, no seu *New York World* – tratava-se de um departamento destinado precisamente a receber queixas de leitores que se sentissem afectados por alguma matéria publicada no jornal (Aznar, 2005a: 221) –, é comumente aceite hoje que um jornalista veterano de nome John Herchenroeder foi, de facto, o primeiro *press ombudsman*, tendo iniciado a sua actividade no *Louisville Courier-Journal* (então subdividido em dois títulos que mais tarde viriam a fundir-se), do estado americano do Kentucky, em Junho de 1967².

Embora a iniciativa tenha despontado numa pequena cidade do interior dos EUA, o repto que lhe deu origem nasceu de preocupações manifestadas nas páginas de dois importantes periódicos da costa Leste, nos primeiros meses desse mesmo ano de 1967: no *The Washington Post*, Ben Bagdikian (que uns anos depois seria Provedor desse jornal) lançou a ideia de que os jornais dedicassem uma área específica ao atendimento das críticas e reclamações dos leitores e, logo de seguida, também A. H. Raskin fez idêntica sugestão num artigo no *The New York Times*, propondo concretamente a criação de um “departamento de crítica interna” (*apud* Nemeth, 2000: 56), cujo responsável “deveria receber independência suficiente no jornal para servir como *ombudsman* para os leitores” (*apud* Mata, 2002: 35). Num caso e noutro, expressava-se a crescente necessidade – decorrente das preocupações com a também crescente concentração empresarial na

² Em anos recentes, como recorda Mata (2002: 34), os dois maiores diários japoneses reivindicaram a primazia histórica na criação da função de *press ombudsman*, pois já em 1922 (no caso do jornal *Asahi Shimbun*) e em 1938 (no caso do concorrente *Yomiuri Shimbun*) teriam sido ali instituídos serviços especificamente destinados a receber e averiguar observações dos leitores sobre erros cometidos e publicados. Não obstante, um responsável de um destes jornais veio, ele próprio, referir mais tarde que tais comités dificilmente poderiam ser considerados equivalentes ao trabalho de Provedor do Leitor tal como é hoje entendido e generalizadamente praticado (apesar das diferenças entre países e até entre jornais), configurando mais um sistema de “controlo de qualidade” interno, desde logo com um escasso grau de independência. De resto, ainda hoje o trabalho dos Provedores daqueles jornais japoneses está inserido em departamentos muito numerosos e influentes, que tratam de todas as questões (editoriais e não só) relativas à relação com os leitores, numa lógica sobretudo de ‘assistência pós-venda ao cliente’.

imprensa e com o primado das lógicas comerciais sobre as jornalísticas – de que os jornais se tornassem mais *accountable* perante o público, em nome de uma credibilidade que se sentia perigar. E foi isso que o proprietário e o director do *Louisville Courier-Journal* disseram ter visto na ideia de Raskin: uma possibilidade nova e concreta de “tornar o jornal mais *accountable* para o seu público” (Nemeth, 2000: 56), de tentar que ele estivesse “mais sintonizado com a sociedade”³.

Curiosamente, nem todos os autores da ideia conseguiram que ela vingasse na própria casa: se o *The Washington Post* foi o segundo jornal americano a nomear um Provedor do Leitor (em 1970), já o *The New York Times* afirmou-se, durante décadas, contrário a tal instituto, que tinha por desnecessário. Quis a ironia do destino que se visse dramaticamente forçado a rever a sua posição e a nomear, enfim, um *ombudsman* quando – corria o ano de 2003 – sofreu uma profunda crise interna, ao ter-se descoberto que um dos seus jovens jornalistas-vedeta, Jayson Blair, publicara, durante meses seguidos, reportagens inventadas ou ‘fabricadas’, sem que qualquer instância interna de controlo ou acompanhamento editorial se apercebesse do facto (Fidalgo, 2004c). Aliás, o concorrente *The Washington Post* tinha sofrido, anos antes (em 1981), um drama semelhante – quando foi descoberto que a sua repórter Janet Cooke inventara uma reportagem-choque sobre uma criança drogada, que lhe valeu mesmo um Prémio Pulitzer, posteriormente retirado –, e nessa altura o Provedor do Leitor acabou por ter um papel destacado na investigação e exposição pública das falhas que haviam conduzido a tal ‘desastre’, embora alguns também lhe tenham criticado a demora nesse acto de contrição colectivo, pois diversos sinais de alerta já vinham chegando da parte dos leitores sem que, aparentemente, lhes tenha sido dada inicialmente especial atenção (Mata, 2002).

Uma novidade importante acompanhou a nomeação de um Provedor do Leitor para o *The Washington Post* em 1970: ele passou a **publicar** regularmente, nas próprias páginas do jornal, um texto onde expunha e comentava as críticas ou queixas recebidas. Esta é uma prática hoje comum à generalidade dos provedores, e considerada um dos seus aspectos mais relevantes, na medida em que não deixa apenas no foro interno a apresentação das suas falhas e a respectiva auto-crítica, e vê, assim, aumentados o impacto e a força

³ Este jornal americano parece ser um caso especialmente curioso de preocupação com a prestação de contas ao seu público. Não só foi pioneiro na criação do cargo de Provedor do Leitor, como até criou um outro cargo de *ombudsman* especificamente para o sector da publicidade – que, como se sabe, levanta frequentes questões junto dos leitores, não só por si própria e pelos seus conteúdos, mas até pelo tipo de ‘ligações perigosas’ com a área editorial que por vezes deixa suspeitar (Nemeth, 2000: 60).

dissuasora da sua acção. Para além da utilidade de, por este meio, se divulgar mais e melhor a própria existência do Provedor, a publicação regular de um texto nas páginas do próprio jornal tem um importante efeito suplementar:

Em certa medida, a coluna do *ombudsman* acabou por se tornar numa representação simbólica do seu comprometimento com os leitores (Mogavero, 1982: 550).

Com isto, o Provedor assume-se também mais claramente como um agente de “*accountability* pública, externa” (Nemeth, 2000: 63) – ou seja, faz com que o jornal preste contas a todos os seus leitores, e à opinião pública em geral –, ao contrário da simples “*accountability* individual, interna” (*ibidem*) decorrente do facto de receber queixas de leitores e lhes dar, privadamente, as explicações ou justificações julgadas necessárias, além de encaminhar as críticas para os visados. Era isso que fazia o primeiro *ombudsman* no *Louisville Courier-Journal*, e assim continuou, de resto, até 1988, quando também ali passou a publicar-se (quinzenalmente) uma “Coluna do Provedor”.

A função de *press ombudsman* não se confina, entretanto, às iniciativas de jornais concretos. Casos houve, como o da Suécia (em 1969), que optaram por instituir uma figura deste tipo como um cargo público de âmbito nacional, de algum modo em paralelo com o modelo do Conselho de Imprensa. Nesses casos, um único Provedor de Imprensa recebe as queixas e críticas relativas a qualquer órgão de comunicação do país, actuando depois no sentido de que o visado corrija a situação e apresente as devidas explicações ou desculpas. A já referida resolução do Conselho da Europa de 1993, a propósito da ética jornalística, chegou inclusivamente a propor a criação de um provedor dos *media* à escala europeia, um “mecanismo de auto-controlo da informação” a funcionar no âmbito do próprio Conselho e que seria explicitamente “concebido como *ombudsman* europeu para os meios de comunicação” (Aznar, 2005a: 225-226). A ideia, porém, não foi avante, até porque ao acolhimento favorável que lhe deu a Federação Internacional dos Jornalistas (FIJ) se seguiu a recusa firme da Federação Internacional dos Editores de Jornais (FIEJ), que a considerou “um grave atentado à liberdade e independência da imprensa” (Mata, 2002: 38) – no que veio a ser secundada pelo Comité dos Ministros europeus.

Em Portugal, o mérito da primeira nomeação de um Provedor do Leitor vai para o jornal desportivo *Record*, que em 1992 convidou o jornalista David Borges para o cargo. Só em 1997 chega a vez da imprensa nacional de informação geral: em Janeiro, Mário Mesquita assume as funções de Provedor no *Diário de Notícias*, seguindo-se-lhe, logo em Fevereiro, Jorge Wemans no *Público*. Três anos mais tarde, em 2000, também o *Jornal de Notícias* nomearia o seu Provedor, na pessoa de Fernando Martins, e desde então os três

diários têm mantido, embora por vezes com hiatos prolongados, esta instituição no activo⁴. Em 2006, entretanto, na sequência de alterações legislativas propostas pelo Governo socialista presidido por José Sócrates, esta função acabou por chegar também à rádio e à televisão públicas, com a nomeação de José Manuel Paquete de Oliveira como Provedor do Telespectador na RTP e de José Nuno Martins como Provedor do Ouvinte na RDP. Há Provedores para os *media* audiovisuais em alguns países (França, Canadá, EUA), embora eles sejam menos frequentes do que na imprensa escrita. No que toca a esta, e de acordo com os registos da *ONO*, haverá actualmente cerca de uma centena em funções, cabendo a maior fatia aos que exercem em *media* americanos. Não é um número muito baixo, se se considerar que se trata de uma instituição relativamente recente, mas também não se pode dizer que esteja a ter a divulgação e a receptividade que se poderiam esperar, dadas as vantagens que pode trazer para o relacionamento entre os *media* e os seus públicos.

2. Perfil e funções

A função primeira do Provedor do Leitor (do Ouvinte, do Telespectador), como que inscrita na matriz que lhe deu origem, é uma função de **mediação** – e mediação institucionalizada, por assim dizer –, que tem a ver com a relação entre o órgão de comunicação social e o seu público. Exerce-se ela a dois níveis: por um lado, funciona como uma instância permanente, aberta e acessível, de atendimento e avaliação das queixas do público, com isso procurando estimular “uma cultura de reconhecimento e correcção dos erros” (Aznar, 2005a: 229), tanto mais necessária quanto, como frequentemente se constata, “a auto-crítica não é uma característica dos jornalistas” (Serrano, 2006: 215) – ou, pelo menos, não o foi de modo extensivo durante muito tempo; por outro lado, estabelece uma via fácil e constante de diálogo entre o meio e o seu público, “fomentando a participação deste e o conhecimento e a comunicação entre ambos” (Aznar, 2005a: 229), num processo que se desenvolve em dois sentidos e que,

⁴ No *Diário de Notícias*, a Mário Mesquita seguiram-se Diogo Pires Aurélio, Estrela Serrano e José Carlos Abrantes, que exerce actualmente (Novembro de 2006). No *Público*, a Jorge Wemans sucederam Joaquim Fidalgo, Joaquim Furtado e Rui Araújo (presentemente em funções). No *Jornal de Notícias*, depois de Fernando Martins foi nomeado Manuel Pinto, que terminou o seu mandato em Fevereiro de 2006 e em Novembro de 2006 não tinha ainda sido substituído. No *Record*, a David Borges sucederam Francisco Sobral, António Pedro Vasconcelos e Rui Cartaxana (actualmente em funções).

ajudando o leitor a compreender melhor as condições concretas do exercício do jornalismo, ajuda igualmente o jornalista a entender melhor as ideias, expectativas e exigências do leitor. Diversos provedores, sobretudo nos seus inícios, ativeram-se apenas a este papel, ouvindo e conversando com os leitores, transmitindo para o interior da redacção o que dali recolhiam, e nem sequer apresentando publicamente qualquer resultado da sua actividade. Pode parecer ofício pouco ambicioso, mas releve-se desde logo que significou abrir possibilidades de acesso do ‘leitor comum’ ao seu jornal, algo que sabemos não ser habitualmente nada fácil – ou ser algo que acaba por ficar restringido a faixas de público privilegiadas (entidades públicas, personalidades conhecidas, fontes informativas importantes).

Este cenário mudou quando se entendeu que – em nome da desejada *accountability* pública e, decerto, também pela natural vontade de publicitar uma iniciativa que favorecia a imagem da empresa e do meio em questão – o trabalho do Provedor deveria ter visibilidade nas próprias páginas do jornal. Afinal, os erros discutiam-se internamente, corrigiam-se, mas o próprio processo devia ser dado a conhecer aos leitores. Na sequência deste passo, começou igualmente a discutir-se se o *ombudsman*, para além da sua actividade mediadora, poderia ou deveria assumir outras funções um pouco mais latas, ligadas sobretudo à **observação** e monitorização própria e, obviamente, à **crítica** do que se fazia – fosse no meio em que ele trabalhava, fosse até nos *media* em geral. As opiniões não eram consensuais, havendo quem entendesse que as funções de Provedor do Leitor e de crítico de *media* seriam dificilmente compatibilizáveis, até por razões de operacionalidade prática, e, pelo contrário, quem as considerasse inseparáveis (Glasser, 1999b). As diferenças de entendimento permanecem até hoje (o que nos remete para a já aludida dificuldade de definir esta figura de modo inequívoco), havendo órgãos de comunicação que têm, além do Provedor, o seu espaço próprio de observação e crítica dos *media*, e havendo outros em que o Provedor, além de trabalhar sobre as queixas e observações recebidas dos leitores, também trata, por sua iniciativa pessoal, de outras matérias ligadas à informação jornalística que julga relevantes no âmbito do seu “magistério de influência”.

A partir do momento em que, de modo mais ou menos activo e extensivo, o Provedor do Leitor traz a público o resultado das suas observações e reflexões sobre a actividade informativa, ele acaba por ocupar um lugar específico no conjunto das principais instâncias ligadas ao processo de produção de informação. A acrescentar às três instâncias mais evidentes – a dos **promotores** de informação, a dos **construtores** de informação e a dos **consumidores** de informação, para seguir a tipologia proposta por

Molotch e Lester na década de 1970 –, Mário Mesquita propõe uma quarta, a dos **avaliadores** de informação, na qual insere os provedores, uma vez que eles “podem reabrir, em público, todo o processo de elaboração da informação, favorecendo o diálogo entre fontes, jornalistas e leitores” (Mesquita, 1998b: 91). É, assim, um trabalho que se pode considerar **metajornalístico**, na medida em que produz “um discurso sobre o discurso” (Mesquita, 1999a: 295) – e que, até por isso, acaba por assumir uma evidente função pedagógica que vai bastante para além da apreciação casuística de reclamações, queixas ou observações dos leitores de um meio de comunicação concreto⁵.

Esta função **pedagógica** é uma das sete funções, correspondentes a outros tantos níveis de actuação, que Mesquita (1998a: 16-17) – o pioneiro dos provedores de imprensa em Portugal – identifica no trabalho do *press ombudsman*. Decorre ela da circunstância de todos os provedores, em maior ou menor grau, “[explicarem] aos leitores os mecanismos de produção jornalística, desde a selecção de notícias à relação com as ‘fontes’” (*ibidem*). Eis as restantes seis:

- função **crítica e simbólica** – tem a ver com o facto de, através desta instância, se “discutir o jornal nas suas próprias páginas, prolongando no espaço público o debate sobre decisões editoriais que, tradicionalmente, não extravasavam do conclave secreto das redacções” (*ibidem*);
- função **mediadora** – liga-se ao estabelecimento da tal “ponte com os leitores”, cujas reclamações o Provedor recebe e analisa;
- função **correctiva** – por acção do Provedor do Leitor, promove-se “a rectificação de matérias tratadas de forma inverídica, inexacta e incompleta” (*ibidem*);
- função **persuasiva** – habitualmente, o Provedor, mesmo sem dispor de poderes formais para obrigar a alterações, “recomenda às hierarquias do jornal a adopção de medidas destinadas a reparar actos lesivos dos direitos dos leitores” (*ibidem*);
- função **dissuasiva** – pelo simples facto de existir, de estar atento ao jornal e de se pronunciar publicamente sobre ele, o Provedor “pode influenciar, através da sua crítica, (eventuais) comportamentos dos editores e jornalistas” (*ibidem*);

⁵ É certamente por esta razão, entre outras, que se desenvolveu, em Portugal, o costume de publicar em livro uma selecção mais ou menos alargada dos textos anteriormente escritos pelos provedores nos respectivos jornais: vejam-se os casos de Mesquita (1998), Wemans (1999), Aurélio (2001), Fidalgo (2004), Martins (2005) e Serrano (2006). A sua utilização, por exemplo, nas salas de aula de cursos de Jornalismo e de Ciências da Comunicação dá conta de como podem servir de instrumentos úteis à análise e à reflexão sobre o jornalismo que hoje se faz, com a vantagem de partirem quase sempre de casos concretos e próximos dos leitores.

- função **cívica** – já num âmbito que transcende o acompanhamento específico das razões de queixa dos leitores quanto ao que foi (ou não foi) publicado, esta figura auto-reguladora pode ainda, a partir da sua tribuna privilegiada, “promover o debate de temas políticos, económicos e sociais” (*ibidem*).

Naturalmente, nem todas as funções são preenchidas – ou preenchidas em grau semelhante – por todos os provedores, dependendo isso do perfil específico que cada um entende escolher para o ofício. Estes são, no entanto, níveis de actuação em princípio disponíveis para todos e cada um, fornecendo uma síntese bastante completa dos modos concretos como podem exercer-se os poderes essenciais desta instituição: um **poder de influência**, um **poder de enquadramento social** da actividade dos *media* e, não menos importante que os anteriores, o **poder simbólico** decorrente do facto de um trabalhador de um jornal poder criticar esse mesmo jornal nas suas próprias páginas (Mata, 2002).

É um poder com os seus espinhos, como é natural: uma das questões mais persistentes quanto ao trabalho dos provedores, responsável até pela demissão de alguns ou pela submissão de outros, tem a ver com o eventual “conflito de lealdades” com que podem ver-se confrontados. Embora pareça claro que eles devem, antes e depois de tudo, prestar contas aos leitores – pois precisamente para isso são contratados –, nem sempre a empresa que lhes paga o salário ou a redacção que com eles convive dá mostras de ser capaz de ‘encaixar’ as críticas mais duras, acabando por vezes a perguntar-se se não estará, com tudo isso, a “dar tiros no próprio pé”, vendo expostas publicamente as suas insuficiências, fragilidades ou derrapagens éticas. Nesse sentido, este mecanismo auto-regulador, embora livre e voluntário, não é um mecanismo fácil – tanto mais que se confronta ainda com alguns vícios atávicos da ‘corporação’ jornalística, frequentemente arrogante, fechada sobre si e mais propensa a pedir contas a terceiros do que a prestar as suas próprias. É, todavia, um meio com potencialidades várias para aproximar mais as empresas mediáticas e os jornalistas dos seus leitores, ouvintes e espectadores, desde que a invocação sistemática destes não se faça como um mero exercício de cosmética ou de simpatia, mas como uma genuína vontade de associar o público, na sua competência específica, ao processo informativo de que ele é parte efectiva.

3. As principais controvérsias

Entre defensores e opositores desta instituição que é o *news ombudsman*, entre entusiastas e cépticos, entre mais optimistas e mais pessimistas sobre o seu presente e potencial futuro, os principais elementos de controvérsia parecem residir em cinco domínios básicos: a sua **independência**, o seu espaço de **autonomia**, o seu **papel** primordial dentro de um leque de opções possíveis, o(s) seu(s) **poder(es)** e, enfim, o seu grau de **utilidade** e **eficácia** para os diversos actores implicados no processo de recolha, tratamento, edição, difusão e recepção de informação.

3.1. - Sobre a independência

A presunção de **independência** afigura-se pressuposto essencial para a credibilidade externa de alguém que, criticando o jornal nas suas próprias páginas, e fazendo-o (também, ou sobretudo) em nome dos leitores, não pode enfermar da suspeita de que é apenas mais um funcionário do jornal e da empresa – como tal, submetido à sua cadeia hierárquica, às suas lógicas específicas, aos seus constrangimentos. No entanto, é sabido que, formalmente, os provedores são de facto funcionários da empresa jornalística, que os escolhe, os nomeia, os remunera e lhes fornece as necessárias condições de trabalho. Mais: nalguns casos, provêm directamente das fileiras dos seus jornalistas.

Será esta contradição insanável, deixando o Provedor refém de um duplo e tendencialmente conflituante “dever de lealdade” – tanto para o exterior como para o interior –, fazendo-o “[sofrer] na pele o mal-estar de todos os *go-between* a quem o destino normalmente reserva a sorte de ficarem mal com Deus e com o Diabo” (Mesquita, 1998a: 17)? Ou, apesar disto, as pessoas chamadas a desempenhar este papel “acreditam, quiçá ingenuamente, na possibilidade de conciliar a lealdade perante a empresa, os jornalistas e os leitores” (*ibidem*: 26)?

Embora as experiências a nível mundial sejam muito diversas, pelo menos no caso português tem havido a preocupação de tomar cautelas (e fornecer garantias), desde logo no plano formal, de modo a resguardar essa presunção de independência: os **estatutos** do Provedor do Leitor, que são públicos e conhecidos – de algum modo se inscrevendo, assim, na **lógica de contratualização pública** entre o jornal e os seus leitores, a que aludimos no capítulo anterior –, acolhem certos princípios básicos de funcionamento desta

entidade, assegurando por exemplo que ela é “uma entidade independente que tem por missão assegurar a defesa dos direitos dos leitores”⁶ ou que “o Provedor desenvolverá a sua acção com total autonomia e independência face a quaisquer órgãos do jornal ou da empresa”⁷. Além disso, definem mesmo certos limites temporais (três ou dois anos, nos casos referidos) para a duração dos mandatos, sem possibilidades de exoneração no seu decurso, salvo em casos de mútuo acordo. Por outro lado, a **observação directa** do que têm sido as experiências entre nós, bem como os relatos conhecidos dos seus protagonistas, sugerem sem margem para dúvida que, com mais ou menos tensões pontuais, parece ser possível actuar com real independência face aos poderes da empresa e do jornal (em benefício, de resto, da própria imagem destes perante a opinião pública).

É, aliás, numa lógica mais lata de “paradigma do contrato” – por contraposição a um “paradigma da virtude” ou a um “paradigma do interesse” – que o antigo Provedor do Leitor do *Diário de Notícias*, Diogo Pires Aurélio, situa e enquadra o trabalho desta entidade. Em sua opinião, depois de estabelecido o grau de exigência mínima que deriva da lei e que pode ser invocado em tribunal, “a responsabilidade e a consequente credibilidade de cada órgão de informação é matéria que se decide entre ele e o seu público. Ou seja, contratualmente” (Aurélio, 2001: 10). E é aqui – e não “numa espécie de intervalo na lógica de mercado” (*ibidem*) – que vê o espaço de actuação do Provedor

A referida presunção de independência é potenciada, segundo algumas opiniões, quando o jornal entende ir escolher o Provedor do Leitor fora dos seus quadros jornalísticos. Há vantagens evidentes de um expectável maior distanciamento nesta opção, sendo que as desvantagens residem num menor conhecimento do funcionamento interno e da cultura específica da organização para que se vai trabalhar, com o que se podem gerar incompreensões mútuas ou crispações do lado da redacção, dificultando o diálogo e limitando (quando não comprometendo) a utilidade da acção do Provedor. Isto no pressuposto – que adiante se desenvolve – de que a acção do Provedor procura sempre ter alguma influência tanto “para fora” como “para dentro” das portas do jornal, e sem prejuízo das dificuldades associadas ao facto de ele ser, por regra, “um *insider* que desempenha o papel de um *outsider* (Mata, 2002: 44).

⁶ Estatuto do Provedor do Leitor do *Diário de Notícias* (cit. em Mesquita, 1998a: 217)

⁷ Estatuto do Provedor do Leitor do *Público* (PÚBLICO, 1998: 399)

3.2. - Sobre a autonomia

Em alguma medida relacionada com a questão da independência, a questão da **autonomia** do Provedor do Leitor conduz-nos a outros domínios, mais indefinidos mas nem por isso menos sensíveis. Trata-se de saber se, independentemente da sua boa vontade e do seu genuíno esforço de distanciação reflexiva face ao universo que pretende analisar e criticar, um Provedor (oriundo do próprio meio jornalístico, como na maior parte das situações acontece) tem **condições subjectivas** de o fazer. É, como refere Christopher Meyers, o problema de os *ombudsmen* serem geralmente “jornalistas com longa experiência [*seasoned*], profundamente enredados no *ethos* da profissão” (Meyers, 2000: 253). E a dúvida está em saber se um grande conhecimento das práticas e dos valores profissionais do jornalismo, muito recomendável para a função em causa, não arrasta consigo, nestes casos, uma efectiva incapacidade de ‘quebrar’ com eles quando seja imperioso. Daí que Meyers defenda como perfil mais adequado para Provedor do Leitor o de alguém que tenha sido jornalista, sim, mas que se tenha afastado relativamente cedo do jornalismo activo e enveredado por outras carreiras (académica, por exemplo); alguém simultaneamente ‘interno’ e ‘externo’ à profissão.

Por tom semelhante afina Theodore Glasser, quando aponta aos provedores vindos de largos anos de experiência nas redacções uma “tendência para explicar, e no fim de contas para justificar, mais do que para pôr em causa e criticar, as tradições e os valores do jornalismo dos grandes *media*” (Glasser, 1999b: 282). Embora admita que os *ombudsmen* usam as suas colunas públicas para “repreender os jornais se eles violam os princípios do jornalismo profissional”, Glasser mantém algumas reservas:

Mas o seu comentário visa normalmente o erro de julgamento de um indivíduo. Eles aceitam implicitamente e citam as normas institucionais e os valores da redacção (sobre os quais se fundam as regras profissionais): raramente os põem em questão (*ibid.*: 283).

Continuaríamos, assim, prisioneiros de um sistema que se auto-reproduz e se auto-justifica, eventualmente ‘mudando alguma coisa para que tudo fique na mesma’. Ora, muita gente concordará com o que disse há anos James Carey, citado ainda por Glasser (*ibidem*): “Não queremos que seja a imprensa a educar-nos sobre a imprensa”.

Não negando a pertinência do problema – e o desafio permanente que ele constitui para qualquer Provedor do Leitor recém-chegado do jornalismo activo –, é matéria sobre a qual será difícil fazer juízos taxativos e definitivos.

Por um lado, as **experiências concretas** que temos acompanhado (sobretudo em Portugal) parecem mostrar uma razoável capacidade dos provedores de olharem o sistema mediático “a partir de fora” e como tal o criticarem – contribuindo, com isso, para que os leitores o compreendam melhor, o relativizem, o ‘desmontem’, ganhando uma maior capacidade de distância crítica. Na expressão utilizada por Mário Mesquita, citando Rui Zink, o Provedor do Leitor acaba também por ser uma espécie de “provedor da leitura”, na medida em que inclui, entre as suas funções, a de “analisar e criticar aspectos do funcionamento e do discurso dos *media* que se possam repercutir nas relações com os respectivos destinatários” (Mesquita, 1998a: 10).

Por outro lado, o *ombudsman* não detém, nem é bom que detenha, o **exclusivo da crítica** sobre a imprensa. Ele é um dos instrumentos possíveis (e desejáveis) para a auto-regulação da actividade jornalística, mas não deve sobrepor-se a outros nem impedir o seu desenvolvimento, antes pelo contrário⁸. E se, para preencher adequadamente a sua função específica de crítico tanto externo como interno, ele tem vantagens nalguma ligação mais ou menos próxima à experiência jornalística concreta (com isso assegurando um **reconhecimento profissional** e uma **autoridade moral** na redacção que alguém de fora mais dificilmente conseguiria⁹), talvez seja o preço a pagar em nome da utilidade do seu trabalho específico. Outros instrumentos de crítica e de auto-regulação do jornalismo podem, e devem, ser criados e estimulados tanto a partir dos jornais como dos seus destinatários, nalguns casos já sem o ónus daquela eventual dependência subjectiva, de modo a alargar o leque de vozes e de possibilidades que contribuam para a existência de uma melhor informação e de uma capacidade de leitura mais exigente – para o que contribui, sem dúvida, uma sistemática e aprofundada crítica da chamada “razão jornalística”.

De resto, uma das perversões decorrentes de uma leitura apressada do que cabe e do que não cabe ao Provedor está no perigo de que a sua existência possa contribuir para a “demissão ética” dos jornalistas, “remetendo para aquele a responsabilidade de um

⁸ Como já vimos atrás, Bertrand (1999) refere-se a este conjunto de instrumentos como “o arsenal da democracia”, no pressuposto de que não há democracia sem informação livre e, para manter esta liberdade, é preciso dispor também da ajuda activa do público; a contrapartida é que os *media* também se habituem a prestar contas a esse mesmo público. Porque, afinal, como lembra Alba (2003), “imprensa e democracia levantam-se ou caem juntas”.

⁹ Refiram-se, a este propósito, as conclusões de um estudo conduzido por Langlois & Sauvageau (1989) junto de jornalistas de vários jornais canadianos com *ombudsman*, segundo as quais esta figura auto-reguladora só pode “contribuir para a melhoria da informação e do jornalismo” e “ser algo mais do que um mero relações públicas” se se mostrar “credível aos olhos dos jornalistas” (Langlois & Sauvageau, 1989: 193).

questionamento e de uma reflexão efectiva que cabe, antes de mais, aos profissionais do sector” (Mata, 2002: 113). O *ombudsman* não tem, nem poderá ter, o exclusivo desse questionamento – nem sequer deverá servir, como por vezes parece apeter a alguns responsáveis editoriais, para que nele se depositem todas as obrigações do jornal no que respeita ao estabelecimento e aprofundamento de relações com os leitores.

3.3. - Sobre o papel

O simples facto de o Provedor do Leitor assumir tão diferentes designações em diferentes latitudes (desde o original sueco “*ombudsman*” até ao francês “*médiateur*”, passando pelos americanos “*reader’s representative*” ou “*reader’s advocate*”, ou ainda pelo espanhol “*defensor del lector*”) é já, por si, expressivo sinal de como lhe são atribuídos, directa ou implicitamente, papéis razoavelmente diversos. Ou de como são diversas as expectativas que sobre a sua função se depositam¹⁰.

Diz Cornu (1997: 25) que “o *ombudsman* ou mediador representa uma instância intercalar entre os órgãos de regulação tradicionais e as consciências individuais”. O termo “intercalar” parece adequar-se particularmente bem a uma definição genérica do papel do Provedor do Leitor. Com mais ou menos variações, esta entidade parece ir buscando e encontrando o seu papel sempre **algures entre dois pólos**, uns mais conflituantes, outros mais complementares: entre o pólo dos leitores e o pólo dos jornalistas (ou constituindo-se, ele próprio, na “ponte” que os liga, assim favorecendo percursos nos seus dois sentidos), entre o pólo da exposição / condenação dos erros praticados e o da explicação (quando não justificação) dos constrangimentos que podem estar na sua base, entre o pólo de “relações públicas” do jornal / da empresa e o de crítico independente e especializado de *media*.

De entre os vários instrumentos possíveis que tentem assegurar a responsabilidade social dos *media* – os tais M*A*R*S, na denominação de Bertrand (1999) –, há quem considere que o provedor é “especialmente interessante porque tem o potencial de responder tanto à imputabilidade [*accountability*] interna como externa” (Pritchard, 1993: 78). Porque, de facto, o seu papel acaba por ter incidência tanto no seio da redacção (ou

¹⁰ Para além das designações formais ou oficiais, Maciá Barber (2003) ironiza também com os nomes ou alcunhas (habitualmente de cariz negativo ou jocoso, “fruto do cepticismo”) com que nas redacções se ‘baptizam’ por vezes os Provedores: “cão de guarda”, “polícia”, “fiscal”, “advogado do diabo”, “Robin dos Bosques”, “censor”, “pária”, “Pilatos”, “solitário”, “bombeiro”, são alguns exemplos.

seja, do jornal) como no universo dos leitores e, mais globalmente, na opinião pública. Nas sete funções que Mesquita (1998a) associa ao Provedor do Leitor, e que cobrem todo o leque de papéis deste cargo independentemente das suas particulares declinações pessoais, parece claro que algumas se orientam mais tipicamente “para fora” (a crítica e simbólica, a pedagógica, a cívica) e outras mais notoriamente “para dentro” (a correctiva, a persuasiva, a dissuasiva), sendo que algumas participam das duas esferas – com particular relevo para a função mediadora, destinada precisamente a pô-las em contacto e em interacção.

A dúvida por vezes invocada é se alguns destes níveis de actuação não se inserem mais numa lógica de prática de “**relações públicas**” e menos numa lógica de *accountability* pública ou de “**crítica da imprensa**” – a única que, de acordo com algumas opiniões, seria a genuinamente expectável de um *ombudsman* de imprensa na sua formulação original (Ettema & Glasser, 1987). No estudo conduzido junto de provedores americanos, Ettema e Glasser concluíram que “actividades comumente caracterizadas como sendo de relações públicas [e.g. a recolha de *feed back* dos leitores face ao jornal ou o trabalho de sensibilização dos jornalistas para as preocupações dos leitores] são por eles consideradas muito importantes no exercício do seu cargo, mas eles não as definem, quando perguntados directamente, como actividades de relações públicas” (*ibid.*: 11). E concluem, a partir daí, que “os *ombudsmen* parecem capazes de abraçar diferentes e conflituantes actuações” (*ibidem*).

Não se contesta que, em alguma medida, o cargo de Provedor precisa de articular duas ‘lealdades’ – a lealdade perante os leitores e a lealdade perante o jornal –, estando assim, de certa forma, espartilhado na sempre constrangedora obrigação de quase “servir a dois senhores”, como referem os mesmos autores. Que isso seja impossível de reconhecer pelos próprios, já nos parece conclusão menos óbvia, inclusivamente a partir da nossa experiência pessoal num cargo destes, durante dois anos, no jornal *Público*. Pelo contrário, a consciência lúcida de tais constrangimentos e a necessidade de encontrar um ponto de equilíbrio para lidar com eles no dia-a-dia, sem alimentar expectativas demasiadas quanto à importância do seu papel mas sem paralisar de modo derrotista por causa de eventuais suspeições, será condição muito importante para um exercício sereno e eficaz do cargo de Provedor. Trata-se, afinal, de encontrar um modo de viver em cima do dilema insanável que é o de os responsáveis do jornal e da empresa, por um lado, tenderem a “rejeitar um *ombudsman* ‘forte’, que fale em nome dos leitores, por causa de eventuais problemas na moral do interior da organização”, mas igualmente rejeitarem “um *ombudsman* ‘fraco’ que

fale em nome da organização, porque isso significaria meras relações públicas” (Ettema & Glasser, 1987: 15, realces dos autores).

É assentes nesta contradição, e conscientes dela, que os provedores acabam por tentar fazer o seu trabalho e exercer alguma influência tanto para fora como para dentro de portas – não se estranhando que algumas das suas actividades cumpram (também) uma função aparentada com as “relações públicas”, ajudando a abrir mais ao exterior uma instituição tradicionalmente opaca e pouco acessível (como costumam ser as organizações jornalísticas), tornando-a **mais transparente** aos olhos dos leitores e, simultaneamente, **mais conhecedora** do que dela pensa, em concreto, o seu público. A aversão imediata a uma qualquer identificação do trabalho dos provedores – um trabalho, sublinhe-se, intrinsecamente ligado ao trabalho jornalístico, mesmo na sua vertente metajornalística – com acções de “relações públicas” tem também a ver com a corrente catalogação destas acções mais no lado da propaganda do que no lado da informação. E quem diz propaganda, diz não só um empenho em destacar os aspectos mais positivos da instituição para quem se faz trabalho de “relações públicas”, como também em diluir ou ocultar todo e qualquer aspecto negativo. Neste sentido, teríamos obviamente uma contradição de base com o papel crítico e auto-crítico que se espera de um Provedor. Mas as coisas não têm de se colocar necessariamente nesse plano:

Na medida em que o tratamento das queixas recebidas requer um relacionamento com o público, um *ombudsman* que trate adequadamente dessas queixas e resolva os problemas a elas associados acaba por fornecer à empresa informativa um benefício de relações públicas. O trabalho do *news ombudsman* é resolver as queixas apresentadas por elementos do público, e todo o *ombudsman* que faça satisfatoriamente o seu trabalho contribui para a melhoria da imagem da empresa informativa. Mas a melhoria do estatuto público da empresa é apenas um produto lateral [*by-product*] do esforço que, em boa fé, ele desenvolve para dar bom andamento às queixas recebidas (Nemeth, 2000: 63)

Ou seja, importam também os motivos com que se faz o trabalho e os objectivos últimos que o conduzem e orientam. Ficar-se só por um labor de “relações públicas”, sim, consentiria todas as dúvidas sobre a pertinência de investir numa figura como a do Provedor do Leitor (que, de resto, nunca deve deter o monopólio do diálogo directo do jornal com os seus leitores). Por outro lado, querer também fazer dele única e exclusivamente um crítico de imprensa (ou seja, retirando-lhe essa componente de mediação entre a organização jornalística e o seu público) poderá ser desajustado, dadas as características próprias da função. Outras instâncias – que, de resto, já vão surgindo também na nossa imprensa – podem e devem encarregar-se disso com carácter exclusivo e permanente, somando-se ao tal desejável leque variado de meios que contribuam para

defender e estimular a responsabilidade social da imprensa. De resto, o facto de a função do *ombudsman* se encontrar (também) baseada “em interesses comerciais não é motivo para que esta figura jornalística seja desqualificada sem mais” (Maciá Barber, 2003: s/p).

Tudo isto significa, afinal, que é prudente relativizar o papel do Provedor do Leitor e tomá-lo nas proporções adequadas. Um sentimento que, de algum modo, partilham as duas personalidades que abriram este caminho na imprensa portuguesa de informação geral, em 1997. Mário Mesquita, por um lado,

Tenho uma visão modesta acerca das virtualidades da actuação do provedor dos leitores. A principal função do *ombudsman* consiste, a meu ver, na possibilidade de criticar o jornal nas suas próprias páginas. Possui apenas um poder de influência e de palavra. A sua eficácia depende daquilo que dele fizerem as empresas, os jornalistas e os leitores (Mesquita, 1998a:15),

e Jorge Wemans, por outro:

Sem uma Redacção que coloque os desafios deontológicos no coração da sua actividade profissional, o provedor dos leitores não tem lugar. Está a mais numa qualquer empresa de comunicação social onde seja a única voz preocupada com a ética e a deontologia. Ele só faz sentido como instituição cristalizadora de um debate e de uma atenção internamente existentes e desejados (Wemans, 1999:20).

3.4. - *Sobre o(s) poder(es)*

Este “poder de influência e de palavra” – que, aliás, acarreta uma nada desprezível **força simbólica**, pelo facto de se exercer de modo público, nas páginas do próprio jornal, e por assumida vontade deste – não satisfaz todos os observadores do universo mediático. Há quem defenda que tal limitação, no que toca a poderes concretos de actuação e de intervenção no jornal, justifica a sua aparente ineficácia prática e uma menor crença dos leitores nas vantagens de a ele recorrer.

É o caso de Christopher Meyers, cujo estudo atrás referido (Meyers, 2000), além de insistir na vantagem de o *ombudsman* ser uma pessoa com um conhecimento profundo e subtil do *ethos* profissional mas não estar directamente imerso nele, defende ainda a necessidade de se lhe atribuir uma outra autoridade, com reais poderes de intervenção junto do jornal e dos jornalistas. Fala mesmo, neste contexto, da necessidade de a imprensa desenvolver políticas de *self-policing* mais credíveis.

O perigo de fazer do Provedor do Leitor, precisamente, uma espécie de “polícia da ética” (perigo que Meyers, aliás, reconhece), mesmo podendo mostrar-se popular a uma visão mais imediatista ou a uma perspectiva ‘justiceira’ por parte dos leitores, encerra, a nosso ver, riscos sérios de desvirtuamento de uma função sobretudo **mediadora** e

pedagógica, abrindo caminho a lógicas de sobreposição de poderes e de confronto não só inaceitáveis como ineficazes. Inaceitáveis, porque o Provedor não deve substituir-se à autoridade natural de quem dirige o jornal e a empresa, nem duplicar competências nesse nível, e muito menos substituir-se à consciência crítica ou ao sentido ético que é imperativo no trabalho dos jornalistas, considerados tanto individualmente como enquanto participantes do colectivo de uma redacção. Ineficazes porque, a prazo, contribuiriam mais para destruir “pontes” do que para as lançar e operacionalizar, sendo que, no plano interno, isso enquistaria posições já de si tendentes a fechar-se, tantas vezes, no seu casulo profissional e corporativo.

Será talvez por esta ausência de reais poderes de intervenção do Provedor – cuja nomeação significa também um investimento em termos monetários, sendo que nem todas as empresas verão aí uma interessante relação custo-benefício – que alguns jornais recusam a figura, havendo mesmo quem propugne que o verdadeiro Provedor dos Leitores deve ser o director da publicação, secundado pelos seus colaboradores. Esta posição, adoptada aparentemente em nome da eficácia, levanta, contudo, dois problemas. No **plano dos princípios**, e mesmo admitindo que um Provedor ex-jornalista não é completamente imune ao *ethos* profissional, um director (tantas vezes responsável directo pelas escolhas editoriais feitas) está, claramente, em piores condições de lançar sobre o jornal um olhar distanciado, independente, crítico. Ele, sim, vive totalmente mergulhado nas práticas e nos valores profissionais, bem como nos múltiplos constrangimentos da actividade jornalística, que tantas vezes ajudam a perceber (que não necessariamente a desculpar) certos erros ou desvios éticos na actuação da comunicação social. No **plano prático**, e até com base na nossa experiência pessoal nos dois “lados” do jornal – tanto o da Direcção Editorial como o de Provedoria –, duvida-se que essa fosse uma alternativa minimamente eficaz. Não é por acaso que grande parte das queixas recebidas pelo Provedor do Leitor (tanto no *Público*, que conhecemos, como noutros jornais com cujos Provedores contactamos) se referem, precisamente, à dificuldade de acesso – ou à ausência de simples resposta, quando o contacto é feito por escrito –, seja à Direcção do jornal, seja a responsáveis intermédios do seu corpo redactorial, seja aos próprios jornalistas. E tal não sucederá forçosamente por má vontade ou indisponibilidade para o diálogo – algo que um Provedor garante por definição –, mas pela difícil gestão do tempo e das múltiplas obrigações do dia-a-dia.

O **poder de influência e de palavra** é, cremos, um poder bastante razoável, sobretudo num domínio em que os resultados da actuação não são facilmente mensuráveis. O **poder de recomendação**, para mais exercido publicamente (permitindo o escrutínio

posterior, igualmente público, sobre se os responsáveis decidiram ou não acatar as recomendações, com as subseqüentes ilações) não é também um poder menor, no contexto de um trabalho que procura, entre outros objectivos no que toca aos leitores, contribuir para uma capacidade de acompanhamento da informação em moldes mais exigentes, críticos e autónomos.

3.5. - *Sobre a eficácia e a utilidade*

Questão, enfim, será saber se, com um âmbito de poderes reais relativamente limitado, o Provedor do Leitor vê, por isso, hipotecada toda a sua **utilidade** ou uma **eficácia** mínima que da sua função é lícito esperar.

O já referido estudo de David Pritchard sobre o impacto do *ombudsman* nas atitudes dos jornalistas cita outros estudos pontuais no mesmo domínio (conduzidos por Neil Nemeth, por David Weaver e Cleveland Wilhoit, por Simon Langlois e Florian Sauvageau – cfr. Pritchard, 1993: 80), os quais sugerem que a **simples existência** de um Provedor tende a tornar os profissionais mais cuidadosos no seu trabalho. E essa função dissuasiva pode actuar por duas vias, uma mais ‘positiva’ e outra mais ‘negativa’:

Jornais que designam um elemento do *staff* para ser *ombudsman* podem ter culturas organizacionais que estimulam o trabalho cuidadoso; os jornalistas são socializados nessa cultura organizacional. Alternativamente, jornalistas em jornais com *ombudsman* podem recear as possíveis consequências do escrutínio de um *ombudsman*, tais como marcas negras nos seus *dossiers* pessoais ou críticas públicas” (Pritchard, 1993: 81).

Não é menos verdade que o próprio Pritchard, no inquérito que fez (e onde comparou opiniões de jornalistas de jornais com Provedor e sem Provedor), concluiu que a presença desta figura, só por si, não provoca substanciais diferenças no modo como os jornalistas se conduzem em alguns domínios mais controversos, como, por exemplo, o da recolha de informações. Não obstante, constatou também que, nas publicações com Provedor, os jornalistas tinham entranhada uma ideia globalmente mais positiva sobre o modo como naquele jornal se trabalhava a informação.

Isto parece ir de encontro a uma ideia que perfilhamos: o *ombudsman*, mais do que criar uma cultura de exigência e de rigor profissional e ético onde ela porventura não existiria, surge antes de mais **como consequência dela**, nos locais onde ela já de algum modo estava presente. Depois, é ele próprio que também a alimenta, potencia, desenvolve e dá novos caminhos de expressão, seja mediante os contributos que recebe (e põe à reflexão) de pessoas exteriores ao universo jornalístico, seja mediante o seu próprio

contributo crítico e qualificado. Além do mais, este é um contributo advindo de um “posto de observação” independente e distanciado das rotinas de feitura do jornal. Como lembra Pritchard (*ibid.*: 86), invocando Weaver e Wilhoit, a “aprendizagem na redacção” parece ser “de longe a influência mais importante na formação [*shaping*] das ideias dos jornalistas acerca da ética no jornalismo”. Neste sentido convergem também as investigações feitas por Josephi (2002) em jornais de diferentes países: sendo relevante o que os futuros jornalistas aprendem na escola, em questões do foro ético e deontológico, não é menos verdade que “as próprias organizações noticiosas desempenham um papel importante no modo e no grau como as normas éticas são levadas à prática pelos jornalistas individualmente considerados”. Como ela própria recorda, há várias situações de necessidade de decisão nesta matéria relativamente às quais os jornalistas confessam claramente: “Eu aprendi isto na redacção” (*ibidem*).

Se assim é, e julgamos que em boa parte é, há que recolocar nos termos adequados a avaliação da eficácia de um Provedor. Se ele acaba por ser, como atrás dizia Wemans (1999), o “cristalizador de um debate e de uma atenção internamente existentes e desejados”, e se ele é, como sustenta Mesquita (1998a: 16), fundamentalmente “uma instância de reflexão e crítica sobre os jornais” – sendo que, segundo o mesmo autor, “o papel do *ombudsman* só se realiza plenamente se há um acordo mínimo sobre os princípios deontológicos aplicáveis entre a hierarquia interna, os jornalistas e o Provedor” (Mesquita, 1998b: 84) –, então a sua utilidade essencial decorrerá precisamente daí. E, tendo uma alargada esfera de influência, tanto no interior da redacção como junto dos leitores – desenvolvendo aqui um múnus pedagógico que favorece a participação cívica, porque assegura até informação crítica sobre o próprio processo da informação –, será tudo menos um desperdício.

Os resultados do inquérito que a seguir se apresentam, dando embora só a perspectiva dos jornalistas (e de jornalistas de jornais com Provedor do Leitor), confirmam esta visão. Mesmo que não provoque grandes mudanças concretas no jornal, mesmo que não tenha poderes para as impor, nem por isso o Provedor deixa de ser considerado pela maioria não só útil como eficaz, dentro das naturais limitações do seu estatuto e do seu posicionamento particular. Ainda que não crie, ele, um ambiente de atenção, rigor ético e capacidade auto-crítica no jornal, antes surgindo precisamente porque essas preocupações já lá pré-existiriam, o Provedor funciona como um **suplemento** de estímulo a esse debate, à atenção, à capacidade crítica e auto-crítica, não deixando que o tempo, as pressões ou as

rotinas quotidianas as vão corroendo e, pelo contrário, refrescando-as permanentemente – decerto com o precioso contributo dos leitores.

4. Vantagens, limitações e riscos

A justificação básica que inicialmente levou alguns jornais americanos a instituir e a pôr em funcionamento a figura do *news ombudsman* radicava na “teoria de que é do próprio interesse das organizações noticiosas serem tão *accountable* quanto possível perante as suas audiências” (Pritchard, 2000: 5). Glasser (1999: 277) é mais incisivo, sublinhando que esses jornais se esforçavam por satisfazer leitores progressivamente descontentes com certos excessos e impunidades, vendo na figura do *ombudsman* um modo de “lutar contra uma das ameaças mais persistentes à credibilidade da imprensa americana: a sua arrogância”.

Misturam-se nestes argumentos, portanto, uma motivação de certo modo egoísta, ligada ao desejo de melhorar a imagem e prestígio dos *media* (e, conseqüentemente, também o seu negócio), e uma assunção de que, a partir da sua responsabilidade social, os *media* têm a obrigação de prestar contas ao público. Daqui decorrem, como repetidamente temos visto, a sua maior credibilidade, a sua melhor relação de confiança com aqueles a quem dizem servir e, no limite, a sua própria legitimidade social. Descontados os objectivos puramente promocionais, pode dizer-se que o simples facto de uma empresa mediática decidir incorporar a figura do Provedor é já, em si, “um claro exercício público de auto-crítica” (Maciá Barber, 2003: s/p), que pressupõe a existência de falhas e a possibilidade de melhorar a *performance*, quer do ponto de vista da excelência profissional, quer do ponto de vista da eficiência do serviço prestado.

De entre as vantagens associadas à acção de um Provedor do Leitor (do Ouvinte, do Telespectador) sobressai, naturalmente, o potencial de maior ligação entre os órgãos de comunicação e os seus públicos. A função de Provedor, como diz Serrano (2006: 15), ganha relevância no esforço, requerido aos *media*, de desenvolverem “os seus próprios mecanismos de ultrapassagem do défice de comunicação com os leitores”, sendo certo que essa ‘voz’ dos leitores é essencial “na construção do significado das mensagens difundidas” pelos mesmos *media*. Tendo a vantagem suplementar de estar e trabalhar “no lugar dos factos” (Aznar, 2005a: 239) e de, por outro lado, ser normalmente de muito fácil

acesso para todos – este é, ao contrário de outras instâncias de auto-regulação, como os Conselhos de Imprensa, tipicamente o que se poderia classificar como “um M*A*R*S* de proximidade” (Mesquita, 1999a) –, o Provedor contribui para “corrigir a assimetria que existe entre um indivíduo isolado, o leitor, e o poder da empresa mediática, do jornal e dos jornalistas” (Aznar, 2005a: 297). Adicionalmente, este labor tem efeitos também nos próprios jornalistas, na medida em que ajuda a aproximá-los do sentir real (e não presumido ou imaginado) dos públicos, dos seus particulares modos de ‘ler’ o jornal, das suas expectativas e frustrações, das suas preferências e distâncias. Por esta aproximação, que desejavelmente se traduz numa abertura efectiva ao diálogo e numa predisposição para a mudança, passa, afinal, a *accountability* dos meios perante o seu auditório – uma ‘prestação de contas’ que tanto se exercita a um nível individual, particular, como a um nível mais global e público.

Para além de poder ajudar a ultrapassar litígios ou diferendos sem recurso a meios judiciais (o que é uma outra vantagem não despreciable deste cargo, e que pode ajudar a empresa a ponderar esse elemento nos próprios cálculos económicos da relação custo-benefício associada à contratação de um Provedor), este labor de mediação e de (auto)crítica a partir de dentro da própria casa constitui um exercício de humildade que tempera as tentações de sobrançeria e auto-suficiência frequentemente associadas às organizações mediáticas e aos jornalistas. Com a vantagem de que se inscreve num quadro tipicamente auto-regulador, livre e voluntariamente assumido:

Exercida no seio da redacção, a acção crítica do *ombudsman* tem o mérito de ensaiar a quebra das resistências corporativas a qualquer forma de regulação externa e contribuir, paralelamente, para o incremento da auto-vigilância e da auto-reflexão *inter pares* (de grande eficácia prática). A crítica pública complementa esta tarefa, tornando-a visível para o exterior e capitalizando os seus créditos (Mata, 2002: 120).

Daqui decorre um outro aspecto positivo ligado à existência no jornal (mas fora da sua absorvente lide diária) de alguém que, por definição, está permanentemente atento a eventuais ‘facilidades’ ou derrapagens no plano ético e deontológico: a sua acção ajuda a que tais questões se tornem mais presentes no labor quotidiano dos jornalistas, introduzindo na vertigem que lhe anda associada um elemento de pausa, de atenção e de questionamento. Não é que os jornalistas não conheçam as suas obrigações ético-deontológicas ou lhes liguem pouca importância – se assim fosse, dificilmente qualquer Provedor, para mais agindo apenas *a posteriori* e com o simples “poder de influência e de palavra”, seria capaz de suprir estruturalmente tal insuficiência. O que sucede é que, com os constrangimentos vários (de espaço, de tempo, de concorrência, de submissão

hierárquica, de pressões das fontes, etc.) característicos do trabalho jornalístico em contexto de produção industrial, alguma desatenção ou menor consciência do que pode estar em causa em certos comportamentos acaba por se misturar na urgência do trabalho. Ora a existência, dentro de portas, de uma instância que se ocupa dessas matérias pode ter algum efeito dissuasor e, mais do que isso, introduzir uma nota suplementar de reflexão e cuidado que não deixará de produzir efeitos, até porque estimula o diálogo e a discussão internas (quanto mais não seja, a propósito dos textos publicados pelo Provedor, habitualmente lidos com grande curiosidade pelos jornalistas da casa).

É também aqui – ou seja, não só para os públicos mas igualmente para os jornalistas – que se manifesta a função pedagógica da acção de um Provedor. De resto, não poucos ex-titulares deste cargo se referem ao seu “enorme potencial educativo” (Mesquita, 1999a: 296), traduzido sobretudo nas explicações que eles dão sobre os processos de produção informativa e no facto de elas “introduzirem uma certa ‘transparência’ nas relações entre a empresa jornalística e os consumidores de imprensa” (*ibidem*). Di-lo explicitamente Al JaCoby, que durante vários anos foi *ombudsman* do jornal americano *San Diego Union* e que foi o primeiro presidente da *ONO*:

Para minha surpresa (...), as crónicas mais bem acolhidas pelos leitores foram as crónicas didácticas, aquelas em que eu me esforçava por explicar como funcionava um jornal, quais as mudanças em curso nos métodos de produção, quais as melhorias procuradas na apresentação do produto (JaCoby, 1999: 289).

Esta faceta contrasta com lógicas mais ‘punitivas’ que por vezes – sobretudo dos lados do público – se esperariam da actuação do Provedor do Leitor: o próprio Al JaCoby ironiza que aqui e ali se referiam a ele como se fosse uma espécie de “anjo justiceiro saído das trevas” (*ibidem*). Sem prejuízo de se entender que as componentes pedagógica e mediadora da função não devem impedir, quando seja o caso, a intervenção clara e determinada do Provedor no apontar de erros (sobretudo os que se repetem por continuada negligência) e no criticar de comportamentos negativos, transformá-lo numa espécie de “polícia da ética”, como atrás dizíamos, ou num juiz populista sempre alinhado pela *vox populi* também comporta os seus riscos – mesmo se parece simpático aos olhos daquela. O estabelecimento constante de pontes e a fiscalização construtiva do trabalho na sua dimensão ética e deontológica, distanciados quanto necessário do *ethos* jornalístico no que ele possa ter de perverso ou corporativo, mas conhecedores também dos seus meandros e condicionantes, parece um programa mais apropriado a uma instância auto-reguladora deste tipo, cujos propósitos se inscrevem numa lógica de longo prazo:

Por muito que certos teóricos discordem, não vejo o papel do Provedor como o de um polícia de trânsito, disposto a cair, fulminante, sobre o jornal ao mínimo deslize (Aurélio, 2001: 15).

A dificuldade de encontrar um ponto de equilíbrio adequado para alguém que é um *insider* – em termos de relação laboral formal e, frequentemente, em termos de ligação profissional ao campo jornalístico –, mas que acompanha e critica o jornal da perspectiva de um *outsider*, é um dos limites e desafios à actividade do Provedor. Pago por aqueles que é suposto escrutinar e cujas falhas é suposto expor publicamente, quase se diria uma espécie de “traidor institucional”, em tal papel colocado em nome “da cumplicidade com o leitor” e da defesa da “qualidade da vida democrática”, como diz Mesquita (1999a: 24), citando o sociólogo Salvador Gíner. Daí que ele deva ser entendido, no seguimento deste raciocínio, não apenas como “uma parte do jornal” mas como “uma consciência democrática na sociedade moderna” (*ibidem*). Ele tem, além do mais, de se precaver contra o risco de instrumentalizações várias, a começar na da própria empresa, que pode ter a tentação de esperar dele só uma ajuda promocional à sua boa imagem – associada à lógica de “relações públicas” ou a uma espécie de “álibi institucional” para todas as queixas e acusações –, em vez de um genuíno empenho positivo na *accountability* face ao público.

Outro dos limites à acção do *news ombudsman* pode advir da circunstância de, por estatuto, a sua intervenção suceder sempre **depois** dos factos consumados, ou seja, após a publicação das notícias ou demais textos. Muitos achariam preferível que ele pudesse agir também (ou até sobretudo) antes da publicação de matérias controversas, com isso impedindo que fossem causados eventuais danos e prevenindo eventuais atropelos ético-deontológicos. Acresce que, como sublinhámos, o seu poder de sanção, mesmo quando não há quaisquer dúvidas ou desculpas por algum erro ou falha, se confina à exposição e crítica pública do sucedido – o que, não obstante, tem o seu peso, quer para a imagem da empresa, quer para o prestígio profissional de jornalistas envolvidos. Não é por acaso que alguns deles reagem menos bem quando são confrontados pelo Provedor com determinadas práticas ou quando lhes são publicamente apontadas falhas ou insuficiências.

As justificações para este perfil específico do Provedor do Leitor e do seu *timing* de intervenção são duas. Por um lado, entende-se que ele deve ‘chegar’ às matérias publicadas no jornal em pé de igualdade com os leitores, para poder compreender melhor e partilhar o seu ponto de vista – algo que não sucederia se ele tivesse conhecimento prévio do processo que conduziu às decisões de publicar o que acabou por ser publicado. De mais a mais, se chamado a comentar ou criticar tais matérias, já não estaria numa posição distanciada e neutral, pelo simples facto de ter sido directa ou indirectamente envolvido na

sua tramitação interna no seio da redacção. Por outro lado, considera-se que afastar o Provedor do domínio das decisões editoriais prévias à publicação ajuda a resistir a eventuais tentações de interferência externa na redacção e, no limite, a tentações de censura. Há, certamente, necessidade de assegurar um controlo de qualidade dos textos antes da sua publicação (e qualidade tem a ver com critérios técnicos e profissionais, mas tem a ver igualmente com critérios éticos e deontológicos), mas tal tarefa será mais adequadamente preenchida com os meios da própria redacção¹¹. Em contrapartida, a especificidade do papel do Provedor do Leitor talvez ganhe em se ater ao modelo de observação e actuação *a posteriori*, com isso contribuindo para dissuadir lapsos futuros.

Uma última limitação ao trabalho do Provedor do Leitor tem a ver, por tudo o que aqui ficou dito, com o facto de a sua capacidade de influência se orientar sobretudo para o médio e longo prazo e não tanto para curto termo. É, afinal, o que sucede a todos os trabalhos com uma assumida orientação pedagógica, mais voltada para modificar e melhorar atitudes mentais e comportamentos permanentes do que para aplicar ‘remédios’ casuísticos a ‘feridas’ pontuais que, superficialmente tratadas, não tardam a reabrir.

Mais do que como mecanismo regulador da acção dos jornalistas ou como estratégia de comunicação empresarial, a acção do *ombudsman* é legitimada, sobretudo, pela sintonia que conseguir instalar entre os diferentes intervenientes no processo de produção informativa. Acentua-se, assim, a importância da sua acção pedagógica, promovendo o conhecimento das expectativas, das necessidades e dos constrangimentos mútuos (inclusive dos seus), lançando as bases para uma participação cada vez mais alargada e qualificada dos leitores, e para um desempenho mais responsável dos jornalistas (Mata, 2002: 120-121).

O problema é que este é um processo lento, quando no domínio da comunicação social tudo corre a uma enorme velocidade. Até por isso, porém, talvez recolha alguns benefícios advindos de instâncias que procuram ver mais devagar e mais fundo, que desafiam a vertigem diária da informação com um contrapeso de pausa, de reflexão e de distância que os protagonistas directos nem sempre conseguirão.

Uma instituição com estas características não deve ser entendida, enfim, como algo que se preocupa em “remediar” ou “dissimular a fraqueza do jornalismo”, confrontado com uma eventual crise de legitimidade (Bernier, 1995: 156). Pelo contrário, como

¹¹ O jornal americano *The New York Times* pode, a este propósito, dar-nos um exemplo interessante de complementaridade de funções e actuações. Na sequência do escândalo Jayson Blair, como dissemos, ele entendeu rever a sua posição desfavorável à existência de Provedor do Leitor e nomeou um. Mas, na mesma altura, nomeou também um responsável editorial – um *standards editor* – para, internamente, se ocupar de todas as matérias respeitantes ao adequado cumprimento, por parte dos jornalistas, dos padrões profissionais e deontológicos exigíveis. E fazê-lo *antes* da publicação dos textos, naturalmente.

sustenta Bernier: “É exactamente para preservar a legitimidade do jornalismo das derrapagens dos jornalistas que o trabalho do *ombudsman* pode ser útil. (...) O *ombudsman* assume uma função de ‘controlo’ [*contre-rôle*, no original] que pode ser associada a diversos outros mecanismos de vigilância deontológica” (*ibid.*: 156-157).

É pouco? É o Provedor um mecanismo de *accountability* frágil, limitado e imperfeito? Sem dúvida. Mas também “nenhum dos meios alternativos de *accountability* dos *media* é perfeito”, como diz Nemeth (2000: 64), explicitando, para o contexto concreto dos meios de comunicação americanos:

Numa sociedade que valoriza muitíssimo o facto de ter uma imprensa livre e não-regulada, a decisão de uma organização informativa de, voluntariamente, pôr em acção um mecanismo de *accountability* como o *news ombudsman* talvez seja tudo aquilo a que podemos aspirar (*ibidem*).

No que às nossas realidades diz respeito, o Provedor do Leitor é um meio, entre vários outros, que procura confrontar os *media* com as suas responsabilidades e, sobretudo, com a exigência de que preste contas ao público. Parece ter um inquestionável potencial no contrariar de alguma impopularidade da imprensa, sendo certo que a melhor maneira de esta o fazer é, precisamente, “renunciar à arrogância, aceitar a crítica e promover o debate” (Mesquita, 1999a: 298). A história, contudo, não pode ficar-se por aqui:

[S]e esta atitude não for assumida pelos jornalistas no seu conjunto, enquanto categoria profissional, nenhum Provedor, por mais dedicado e autónomo que seja, conseguirá salvar o jornalismo da sua lenta queda na propaganda e no divertimento (Mesquita, 1999a: 298).

5. Um estudo de opinião junto dos jornalistas

Dado o contexto global deste nosso trabalho (voltado para o estudo do processo de construção da identidade profissional dos jornalistas, e especificamente para o papel aí desempenhado pela ética, pela deontologia e pela auto-regulação), e partindo do pressuposto de que uma componente importante da actuação do Provedor do Leitor, apesar do seu nome, tem também reflexos no interior do próprio jornal, procurámos estudar como é que os jornalistas vêem esta figura – tanto em termos genéricos, dada a instituição em si e dadas as diferentes experiências dos jornais portugueses, como em termos mais específicos, no que a cada jornal respeita.

Estamos perante uma figura que claramente se inscreve no contexto da **auto-regulação** da actividade jornalística, e até por isso divide opiniões, designadamente entre

os que prefeririam guardar só para reuniões internas a discussão de problemas por vezes melindrosos, e os que encontram utilidade na sua partilha com os leitores, com a inerente interacção que daí pode decorrer. Além disso, aqui e ali escutam-se opiniões aparentemente contraditórias dos próprios jornalistas, parecendo haver quem encare o Provedor como uma espécie de ‘inimigo’ de duvidosa legitimidade, ali colocado para policiar a sua actividade e, em contrapartida, quem o olhe como um ‘aliado’ vocacionado para ajudar a melhorar a *performance* de um jornal e a estabelecer uma relação mais transparente e interactiva com os leitores. E se, nalguns jornais, a designação de um Provedor já foi recebida pelos profissionais (por melhores ou piores razões) como uma contrariedade de que de bom grado se prescindiria, noutros ela acabou por ser instituída por pressão activa dos próprios jornalistas. Por tudo isto, entendemos que seria útil – e funcionaria como importante complemento e concretização desta dissertação – analisar mais em pormenor as perspectivas, opiniões e sentimentos dos jornalistas face ao Provedor, sem prejuízo de considerarmos que é tão ou mais importante estudar também as perspectivas, opiniões e sentimentos dos leitores face a ele, até porque é sobretudo “em nome do leitor” (Fidalgo, 2004) que a sua existência se justifica e legitima.

A partir da nossa experiência como Provedor do Leitor do jornal *Público*, durante dois anos, lançámos um inquérito de opinião junto dos jornalistas de três jornais diários portugueses para tentar perceber melhor como é que eles encaram esta figura auto-reguladora, que importância lhe atribuem, como se relacionam com ela, de que forma a ‘situam’ na lógica da empresa jornalística, que grau de utilidade e eficácia lhe vêem, que papel / papéis lhe conferem (ou gostariam de conferir) no esforço de uma mais aberta e mais sistemática reflexão sobre o trabalho informativo, e particularmente sobre as exigências éticas e deontológicas que lhe são inerentes.

5.1. - Metodologia

O estudo baseou-se num **inquérito** dirigido à totalidade dos **jornalistas a tempo inteiro** dos três jornais portugueses de informação geral que na altura (Junho de 2001) dispunham de Provedor do Leitor: *Público*, *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias* (adiante referidos por letras – A, B e C – distribuídas aleatoriamente). A listagem completa dos jornalistas foi fornecida pela Direcção do jornal, em dois casos, e recolhida da respectiva ficha técnica, num terceiro.

De modo a preservar o anonimato, os inquéritos foram enviados pelo correio para cada um dos jornalistas e acompanhados de um envelope de resposta, igual para todos, já selado e endereçado à Universidade do Minho (onde este trabalho foi desenvolvido).

Uma primeira versão do inquérito foi objecto de um pré-teste, tendo sido solicitados a preenchê-lo e a comentá-lo sete jornalistas com diferentes características no que toca às variáveis com que desejávamos analisar e cruzar as respostas recebidas: sexo, idade, formação académica (geral e específica), anos de experiência, estatuto profissional. Em consequência das indicações fornecidas pelo pré-teste, foram introduzidas diversas alterações e clarificações no questionário.

O inquérito¹² consistia em 25 perguntas “fechadas”, sendo os inquiridos solicitados a escolher uma de entre várias hipóteses apresentadas (em alguns casos, eram solicitados a escolher mais que uma, ordenando-as pela importância atribuída). Independentemente disso, várias questões davam também a possibilidade de o/a respondente explicar e/ou comentar a(s) sua(s) escolha(s), ou até de acrescentar novas hipóteses às que lhe eram fornecidas. Uma última questão era “aberta” e dava a oportunidade de algum comentário suplementar sobre a matéria em causa – tendo-o feito cerca de 25% dos inquiridos.

Um conjunto de perguntas referiam-se à experiência concreta do jornalista no “seu” jornal e com o “seu” Provedor, enquanto outras procuravam recolher a sua opinião, mais genericamente, sobre a instituição “Provedor do Leitor”.

Antes do questionário propriamente dito, era solicitado um conjunto de elementos genéricos de identificação que, sem quebrarem o princípio do anonimato, permitiriam analisar e cruzar os resultados por sub-categorias. Os elementos de identificação pedidos foram o jornal de pertença, o sexo, a idade (sub-divisão em cinco escalões), a formação académica geral (sub-divisão em cinco escalões), a formação académica específica em Comunicação Social (sub-divisão em cinco escalões), o tempo de experiência como jornalista profissional (sub-divisão em cinco escalões), o tipo de experiência profissional (só imprensa ou também Rádio e/ou TV) e o estatuto profissional actual (sub-divisão em cinco escalões).

As respostas foram tratadas estatisticamente com recurso ao programa informático SPSS, versões 10.0 e 14.0.

¹² Ver reprodução “fac-similada” do questionário no final deste capítulo (*Apêndice* - pág. 580).

5.2. - Caracterização da amostra

De um total de **457 inquéritos enviados**, foram recebidas **252 respostas** – das quais 2 (duas) foram invalidadas, por os inquéritos estarem em branco. O estudo baseou-se, assim, em **250 inquéritos**, correspondendo a **55 %** do universo inquirido – o que se nos afigura uma amostra bastante representativa do conjunto a analisar.

Recorrendo aos elementos de identificação que se conheciam previamente quanto ao universo total dos inquiridos (o jornal, o sexo e a posição hierárquica – obtida a partir da consulta das fichas técnicas), comparámos as percentagens dos inquéritos enviados e recebidos, concluindo que a amostra se afigura também bastante equilibrada em termos proporcionais face ao conjunto, não só no que respeita aos três jornais, como também no que respeita ao sexo e à ocupação, ou não, de cargos de chefia (*ver QUADRO 1*).

Em números absolutos, e no que toca à distribuição por **jornais**, foram recebidos 62 inquéritos do “jornal A” (25%), 113 do “jornal B” (45%) e 66 do “jornal C” (26%), enquanto 9 (4%) optaram por não fornecer identificação. A amostra, quando comparada com o universo contactado, é algo distorcida em favor do “jornal B”, pois dele vieram proporcionalmente mais respostas (de 40% para 45%), ao contrário do que sucedeu no “jornal A” (de 29% para 25%) e no “jornal C” (de 30% para 26%) – sem esquecer, entretanto, os 4% de inquéritos válidos mas cuja origem não se identificou.

A nível de **género**, as respostas repartiram-se entre 135 (54%) de jornalistas do sexo masculino e 86 (35%) do sexo feminino, enquanto 29 (11%) optaram por não fornecer este elemento de identificação.

Quanto a **escalões etários** – não se conhecendo, naturalmente, a distribuição por idades de todos os jornalistas a quem o inquérito foi enviado –, o mais representado nas 250 respostas recebidas é o “dos 26 aos 35 anos”, com 86 inquéritos (34% do total). Seguem-se os escalões “dos 36 aos 45 anos” (73 respostas – 29%), “dos 46 aos 55 anos” (39 respostas – 16%), do escalão “até 25 anos” (31 respostas – 12%) e “mais de 55 anos” (20 respostas – 8%).

No que respeita à **formação académica geral**, verifica-se que a maioria dos respondentes (66%) concluiu estudos de nível superior (47% com uma licenciatura ou equivalente, 11% com um bacharelato ou equivalente e 8% com uma pós-graduação, mestrado ou doutoramento). Para além destes, 23% disseram ter estudos superiores incompletos e 11% apenas o ensino secundário.

QUADRO 1 - Dados sobre a amostra

	Inquéritos ENVIADOS	Inquéritos RECEBIDOS
TOTAL de inquéritos	457	252 (*)
<i>Em percentagem</i>	100%	55%
Por jornal		
jornal A	29%	25%
jornal B	40%	45%
jornal C	30%	26%
não se identificou	-	4%
Por sexo		
masculino	64%	54%
feminino	36%	34%
não se identificou	-	12%
Por estatuto		
com cargo de chefia	16%	23%
sem cargo de chefia	84%	77%

(*) Dois foram devolvidos em branco, pelo que se consideraram NÃO VÁLIDOS.

Do total de respondentes, 126 (ou seja, algo mais que 50%) referem ter algum tipo de **formação académica específica na área da Comunicação Social**. São 30% os que concluíram, neste domínio, uma licenciatura ou equivalente, 8% os que têm um bacharelato ou equivalente e 5% os que têm uma pós-graduação, mestrado ou doutoramento. Há ainda 4% com estudos em Comunicação Social incompletos e 4% com um diploma por escola profissional do sector.

A nível de **experiência profissional**, a grande maioria (75%) trabalhou sempre na imprensa escrita, tendo os restantes 25% passado também pela rádio e/ou pela televisão. Quanto à **duração** da experiência profissional, 29% dos respondentes são jornalistas há “entre 11 e 15 anos”, 26% há “mais de 20 anos”, 22% há “menos de 5 anos”, 15% há “entre 5 e 10 anos”, e 8% há “entre 16 e 20 anos”. Significa isto que 63% dos respondentes são jornalistas profissionais há mais de 10 anos e 37 % há menos.

Finalmente, no que toca ao **estatuto profissional** actual, a maioria das respostas (67%) provém de “repórteres ou redactores”, seguindo-se a categoria dos “editores,

coordenadores ou equivalentes” (16%). Quanto às restantes, 4% provêm de “colaboradores permanentes”, 3% de “estagiários”, 3% de “chefes /subchefes de Redacção ou equivalentes” e 4% de “membros da Direcção”. Agregando as categorias, verificamos, então, que 23% dos respondentes a este inquérito ocupam algum cargo de chefia nas respectivas redacções, enquanto 67% não integram a hierarquia. Também aqui, a amostra se encontra ligeiramente distorcida em função do universo inquirido, pois há proporcionalmente mais respostas de elementos com cargos de chefia do que o conjunto dos contactados (16% os contactados, 23% os respondentes).

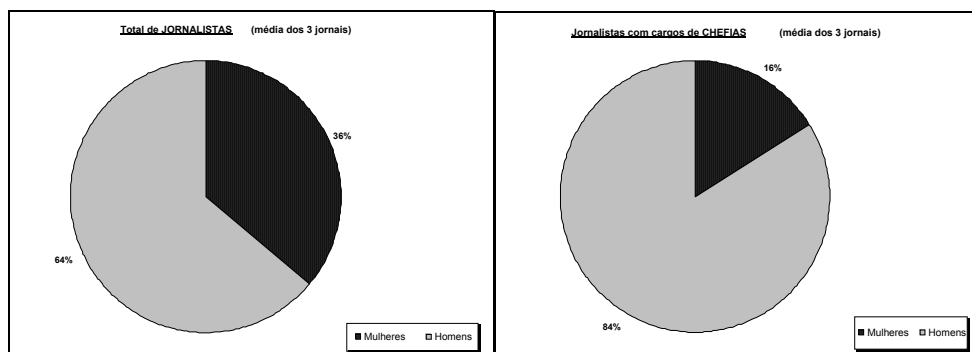
Se cruzarmos, entretanto, estes dados com a distribuição dos respondentes pela categoria de **género**, encontramos alguns dados curiosos.

Assim, as respostas ao inquérito oriundas de estagiários (7, em números absolutos) respeitam todas a profissionais do sexo feminino – o que parece confirmar a tendência crescente de feminização das redacções, especialmente notória nos estratos mais jovens (presumivelmente, os que mais recentemente chegaram à profissão).

Em contrapartida, as respostas recebidas de jornalistas com algum cargo de chefia (editor ou equivalente, chefe ou sub-chefe de redacção, membro da direcção) respeitam em esmagadora maioria a profissionais do sexo masculino (46, em números absolutos, contra apenas 5 do sexo feminino – além de 6 que optaram por não fornecer identificação neste domínio). Também aqui, parece confirmar-se a constatação de que a progressiva presença de jornalistas-mulheres nas redacções não tem (ou, pelo menos, não tem ainda) correspondência com a sua chamada a cargos de maior responsabilidade na estrutura, cargos esses que continuam na maioria dos casos a ser preenchidos por jornalistas-homens.

Aliás, na preparação deste inquérito, ao fazer o levantamento de todos os jornalistas a tempo inteiro dos três jornais que compõem o nosso universo, e ao sub-dividir o total por género e por posições de chefia, verificámos ineludivelmente esta mesma tendência, como é patente no **GRÁFICO 1**.

(Em tempo: alguma consonância com estas disparidades pode, ironicamente, ser encontrada também na observação do próprio cargo de Provedor do Leitor / do Ouvinte / do Telespectador no nosso país. Com efeito, se olharmos para todas as pessoas que, até Novembro de 2006 – altura em que escrevemos estas linhas –, foram chamadas a desempenhar esta função, tanto em jornais como na rádio e na televisão, encontraremos um total de 15 Provedores-homens e apenas uma Provedora-mulher ...).

GRÁFICO 1 - Total de jornalistas / género / cargos de chefia

5.3. - Resultados apurados

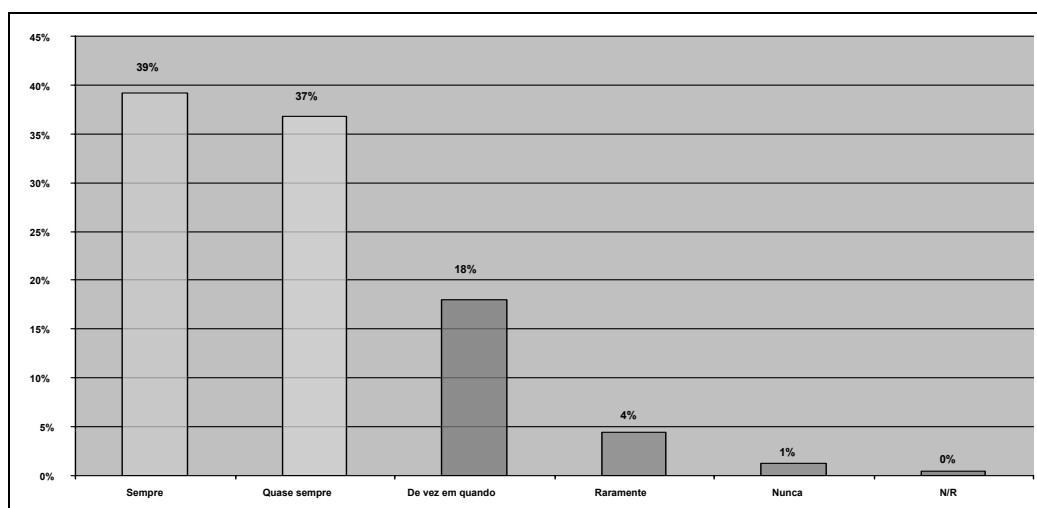
5.3.1. - Frequência de leitura e grau de concordância

A primeira constatação é que a esmagadora maioria dos inquiridos (98%) **concorda com a existência** de um Provedor do Leitor **no seu jornal**, e um número próximo (94%) defende a existência de provedores na generalidade da imprensa portuguesa. A percentagem baixa para 90% quando se trata de defender a existência de provedores também na televisão: dos comentários feitos, alguns dos inquiridos que se manifestam a favor dizem que provedores na TV seriam ainda mais necessários do que na imprensa, enquanto outros, que se mostram contra, entendem que “não faz sentido” uma tal figura em órgãos de comunicação com uma lógica “tão comercial” como a que dizem observar actualmente nas TV’s portuguesas.

O facto de tantas vozes serem favoráveis à existência do Provedor do Leitor não significa, necessariamente, que concordem sempre com a sua actuação ou as suas opiniões. De entre os inquiridos (*ver GRÁFICO 2*), 76 % dizem ler regularmente a coluna publicada pelo Provedor no seu jornal (39% fazem-no “sempre” e 37% “quase sempre”, enquanto 18% lêem “de vez em quando” e 4% “raramente”), mas o grau de concordância varia: 22% do total dizem que “normalmente concordam” com as apreciações do Provedor, 38% que “concordam muitas vezes” e 32 % que “umas vezes concordam, outras vezes não”. Há ainda 3% que “muitas vezes não concordam” e 2% que “quase nunca” concordam.

Tanto a **frequência de leitura** da coluna do Provedor como o **grau de concordância** com as suas apreciações parecem variar um pouco se, no universo inquirido, atentarmos nas classes etárias e no tempo de experiência profissional. Aparentemente, os jornalistas mais novos lêem-no menos frequentemente que a média global de 76% (no escalão de “menos de 25 anos”, são 68% os que afirmam ler o seu Provedor “sempre” ou “quase sempre”, percentagem que baixa ainda para 64% no escalão etário dos 26-35 anos; em contrapartida, nos escalões mais velhos, as percentagens sobem para 85%, tanto no grupo dos 36-45 anos como no dos 46-55 anos, chegando aos 90% no escalão com mais de 55 anos).

GRÁFICO 2 – Costuma ler a coluna do Provedor do seu jornal?



Tendência semelhante parece observar-se quanto ao grau de concordância: se, no universo global, 60% dos jornalistas diziam concordar “normalmente” ou “muitas vezes” com o Provedor, essa cifra baixa para 55% no escalão etário de menos de 25 anos e para 50% no escalão de 26-35 anos, subindo para 61% no escalão de 36-45 anos e para 80% no de 46-55 anos. Nos dois grupos mais jovens, a resposta preferida a esta questão (com percentagens na casa dos 39 a 40%) vai para “umas vezes concordo, outras vezes não concordo” (ver **QUADRO 2**).

Se cruzarmos estes dados com o **tempo de experiência profissional** (que, em regra, será proporcional à idade), chegamos a conclusões semelhantes. Os inquiridos com menos de 10 anos de profissão lêem o provedor “sempre” ou “quase sempre” em 63% dos casos – recordamos que a média do total de respondentes se situava, nesta pergunta, nos

76% –, cifra que sobe para os 80% naqueles que são jornalistas há “entre 11 e 15 anos”, e para 89% nos que exercem a profissão há “entre 16 e 20 anos” (ver **QUADRO 3**).

QUADRO 2 – Grau de concordância/ escalões etários

<i>Escalão etário</i>	Normalmente concorda	Concorda frequentemente	Veze sim, veze não	Muitas veze não concorda	Quase nunca concorda
Até aos 25 anos	19 %	36 %	39 %	7 %	---
De 26 a 35 anos	14 %	36 %	40 %	5 %	2 %
De 36 a 45 anos	27 %	34 %	32 %	3 %	1 %
De 46 a 55 anos	31 %	49 %	18 %	---	---
Mais de 55 anos	30 %	45 %	25 %	---	---

QUADRO 3 – Frequência de leitura/ tempo de profissão

<i>Experiência profissional</i>	Lê sempre	Lê quase sempre	(Soma das 2 anteriores)	Lê de vez em quando	Lê raramente	Nunca lê
Menos de 5 anos	27 %	36 %	63%	25 %	11 %	2 %
Entre 5 e 10 anos	18 %	45 %	63%	29 %	3 %	3 %
Entre 11 e 15 anos	48 %	32 %	80%	19 %	1 %	---
Entre 16 e 20 anos	42 %	47 %	89%	5 %	5 %	---
Mais de 20 anos	52 %	36 %	88%	8 %	3 %	2 %

Do mesmo modo quanto ao **grau de concordância** com o Provedor: a média geral de 60% dos que concordam “normalmente” ou “muitas vezes” baixa para 50% nos inquiridos que são jornalistas há menos de 5 anos, e para os 43% nos que exercem a profissão há “entre 5 e 10 anos”; também aqui a resposta mais frequente é “umas vezes concordo, outras não”. Em contrapartida, a média dos geralmente “concordantes” sobe para 65% nos inquiridos com 11 a 15 anos de profissão, chegando aos 79% nos que têm 16 a 20 anos de experiência. Nos inquiridos com mais de 20 anos de experiência profissional, a percentagem é igualmente superior à média global – 71% (ver **QUADRO 4**).

Também no que respeita ao **estatuto profissional**, parece observar-se uma tendência de maior acompanhamento da coluna do Provedor (e de maior grau de concordância) conforme se está mais acima na cadeia hierárquica: são 74% os “repórteres/redactores” que dizem ler o Provedor “sempre” ou “quase sempre”, fazendo-o,

no entanto, 88% dos “editores ou equivalentes”, 86% dos “chefes/subchefes de Redacção” e 100% dos “membros da Direcção” inquiridos. Estes últimos dizem concordar “normalmente” ou “muitas vezes” com o Provedor em 89% dos inquéritos (recordamos que a média global, no conjunto das respostas recebidas, está nos 60%), cifra que baixa para 72% nos “chefes/subchefes de Redacção”, para 69% nos “editores ou equivalentes” e para 57% – ou seja, já abaixo da média global – nos “repórteres/ redactores”. E não vai além dos 29% nos estagiários inquiridos, que claramente (71%) preferem a resposta “umas vezes concordo, outras não” (ver **QUADRO 5**).

QUADRO 4 – Grau de concordância/ tempo de profissão

<i>Experiência profissional</i>	Normalmente concorda	Concorda frequentemente	Veze sim, vezes não	Muitas vezes não concorda	Quase nunca concorda
Menos de 5 anos	20 %	30 %	43 %	4 %	2 %
Entre 5 e 10 anos	11 %	32 %	40 %	11 %	3 %
Entre 11 e 15 anos	25 %	40 %	34 %	---	---
Entre 16 e 20 anos	42 %	37 %	16 %	5 %	---
Mais de 20 anos	23 %	48 %	22 %	2 %	3 %

QUADRO 5 – Grau de concordância/ estatuto profissional

<i>Estatuto profissional</i>	Normalmente concorda	Concorda frequentemente	Veze sim, vezes não	Muitas vezes não concorda	Quase nunca concorda
Colaborador/a permanente	56 %	33 %	---	11 %	---
Estagiário/a	29 %	---	71 %	---	---
Repórter ou redactor/a	16 %	41 %	36 %	4 %	2 %
Editor/a ou equivalente	27 %	42 %	29 %	---	---
Chefe/subcheefe Redacção	43 %	29 %	29 %	---	---
Membro da Direcção	56 %	33 %	11 %	---	---

5.3.2. - Interpelações do Provedor e respostas

Dos 250 jornalistas que responderam ao inquérito, 94 (38%) já foram interpelados pelo seu Provedor, tendo-lhe respondido “por escrito” na maioria (71%) dos casos. “Oralmente” responderam 17%, enquanto 10% o fizeram “oralmente e por escrito”.

Da análise destes casos em que houve interpelações (e, na sequência, uma tomada de posição na coluna semanal), o Provedor acabou por dar razão “ao jornalista” em 27%

das situações, “ao leitor” em 16%, e “a ambos em parte” em 39% delas, havendo ainda 14% dos inquiridos que respondem ter havido já “situações muito diversas”. Solicitados a “julgar” o “julgamento” do Provedor nessas situações, 67% consideraram-no “correcto”, 26% “discutível, no mínimo” e 3% “incorrecto”, tendo 4% optado por não responder.

Cruzando estas duas últimas variáveis, podemos observar, porventura sem grande surpresa, que, nos casos em que o Provedor “deu razão ao jornalista”, 96 % dos inquiridos consideraram esse juízo “correcto”; já quando o Provedor “deu razão ao leitor”, só 40% afirmam ter sido um juízo “correcto”, enquanto 47% o consideraram “discutível, pelo menos”. Quando o Provedor entendeu que havia parte de razão para ambos (jornalista e leitor), o juízo foi considerado “correcto” por 65% dos inquiridos e “discutível” por 35%.

Alguma *nuance* parece emergir quando olhamos para a apreciação que os jornalistas fazem dos juízos do Provedor e a cruzamos com o seu estatuto profissional (*ver QUADRO 6*). A apreciação é claramente positiva nos estratos menos elevados (colaboradores permanentes, estagiários, repórteres e redactores), bem como no topo (membros da Direcção), mas já não o é tanto nos níveis intermédios da hierarquia: isso nota-se um pouco entre “editores ou equivalentes”, e nota-se bastante mais no estrato “chefe / subchefe de redacção”, onde a opinião de que o juízo do Provedor foi “discutível” é partilhada por 60 % dos inquiridos, contra 40% que a consideraram “correcta”.

QUADRO 6 – Apreciação do juízo / estatuto profissional

<i>Estatuto profissional</i>	Juízo foi correcto	Juízo foi discutível	Juízo foi incorrecto	N/R
Colaborador/a permanente	100 %	---	---	---
Estagiário/a	100 %	---	---	---
Repórter ou redactor/a	65 %	24 %	5 %	6 %
Editor/a ou equivalente	65 %	35 %	---	---
Chefe/subchefe Redacção	40 %	60 %	---	---
Membro da Direcção	100 %	---	---	---

5.3.3. - Utilidade e eficácia do Provedor

As questões seguintes debruçavam-se sobre o maior ou menor grau de **utilidade** e de **eficácia** de um Provedor do Leitor, na óptica dos jornalistas. A maioria dos inquiridos entende ser “muito útil” (17%) ou “útil” (61%) a existência de um Provedor no **seu** jornal

específico, considerando também que essa figura pode ser “muito útil” (13%) ou “útil” (66%) na imprensa portuguesa, em termos mais genéricos; 17% acham a instituição “pouco útil” ou mesmo “inútil” (2%) no **seu** jornal, havendo 16% que a julgam também “pouco útil” (16%) no panorama global dos jornais.

Como seria de esperar de um cargo unipessoal, ainda com pouca história entre nós e cujas actuações acabam por ser bastante marcadas pela personalidade concreta de quem a interpreta, observa-se na resposta a este item alguma diferença de sensibilidade conforme o jornal em que se trabalha – e, portanto, conforme o Provedor cuja acção mais de perto se acompanha. Assim, embora a maioria dos respondentes dos três jornais considere a função do provedor “muito útil” ou “útil”, num dos periódicos há – ao contrário dos outros dois – uma percentagem elevada (32%) que a julga “pouco útil” (ver **QUADRO 7**).

QUADRO 7 – Utilidade do Provedor / jornal

<i>Jornal</i>	Muito útil	Útil	(Soma das duas anteriores)	Pouco útil	Inútil	Pernicioso	N/R
Jornal A	11 %	69 %	80%	13 %	3 %	2 %	2 %
Jornal B	23 %	64 %	87%	12 %	---	---	2 %
Jornal C	9 %	50 %	59%	32 %	3 %	2 %	5 %
Não identificado (*)	33%	56%	89%	11%	---	---	---

(*) Recordamos que os “não identificados” são apenas 4% do total de respondentes.

Admitindo **alguma utilidade** na instituição do Provedor – que é a opinião de quase 80% dos respondentes –, para quem será mais notória essa utilidade? “Para os leitores”, escolhem 86% deles; “para os jornalistas”, dizem 84%; “para a imagem da empresa”, respondem 49%; “para a Direcção do jornal”, preferem 37%; “para o público em geral”, referem 16% dos jornalistas.

Os inquiridos eram solicitados a escolher até três hipóteses, numerando-as por ordem decrescente de importância. As percentagens atrás indicadas referem-se à soma de citações feitas, independentemente da sua ordenação. Mas esta dá-nos resultados relativos semelhantes, como podemos constatar no **QUADRO 8**.

Deve notar-se que, embora globalmente fique situada em segundo lugar, a resposta “[a maior utilidade do Provedor é] para os jornalistas” foi citada no primeiro lugar em mais de 20% das respostas.

QUADRO 8 – Utilidade do Provedor para quem?

<i>Utilidade mais notória</i>	1º lugar	2º lugar	3º lugar	Citado sem ordem
Para os LEITORES	55 %	19 %	7 %	6 %
Para os JORNALISTAS	21 %	42 %	17 %	4 %
Para a IMAGEM da empresa	10 %	10 %	26 %	4 %
Para a DIRECÇÃO dos jornais	1 %	12 %	21 %	3 %
Para o PÚBLICO em geral	2 %	4 %	10 %	2 %

Posta a questão mais especificamente sobre se o trabalho do Provedor do Leitor em cada um dos jornais estudados tem tido, na opinião dos seus jornalistas, **alguma eficácia**, as respostas foram, em geral, positivas: 59% dos respondentes consideram “eficaz” o trabalho do Provedor no **seu** jornal, havendo 6% que o consideram mesmo “muito eficaz”; em contrapartida, 28% afirmaram que encaram aquele trabalho no **seu** jornal como “pouco eficaz” e 2% “nada eficaz” (5% não responderam). Aqui, mais uma vez – e em natural sintonia com o que atrás se ajuizou quanto à “utilidade” do Provedor –, há diferenças de sensibilidade em função do jornal de pertença, como mostra o **QUADRO 9**:

QUADRO 9 – Eficácia do Provedor / jornal

<i>Jornal</i>	Muito eficaz	Eficaz	Pouco eficaz	Nada eficaz	N/R
Jornal A	2 %	61 %	29 %	2 %	7 %
Jornal B	10 %	70 %	18 %	---	3 %
Jornal C	2 %	38 %	47 %	6 %	8 %
Não identificado (*)	0%	67%	22%	---	---

Embora de modo não muito pronunciado, verifica-se também alguma diferença de apreciação quanto ao grau de eficácia do Provedor conforme o tempo de experiência profissional, sendo no escalão mais novo (menos de 5 anos na profissão) que surge uma percentagem comparativamente maior dos que optaram pela resposta “pouco eficaz” (36%) e, inversamente, uma percentagem comparativamente menor no somatório das respostas “muito eficaz” e “eficaz” (ver **QUADRO 10**):

QUADRO 10 – Eficácia do Provedor / tempo de experiência

<i>Experiência profissional</i>	Muito eficaz	Eficaz	SOMA de "muito eficaz" e "eficaz"	Pouco eficaz	Nada eficaz	N/R
Menos de 5 anos	7 %	46 %	53 %	36 %	2 %	9 %
Entre 5 e 10 anos	11 %	68 %	79 %	13 %	8 %	---
Entre 11 e 15 anos	1 %	70 %	71 %	27 %	---	1 %
Entre 16 e 20 anos	5 %	58 %	63 %	32 %	---	5 %
Mais de 20 anos	6 %	53 %	59 %	31 %	2 %	8 %

Foi, em seguida, perguntado (a partir de uma conjunto de hipóteses fornecidas, de que deviam escolher-se e ordenar-se até três) em que se traduzia **concretamente** essa eficácia. O número mais elevado de escolhas (77%) foi para o item “Maior abertura e transparência face aos leitores”, logo seguido do item “Maior atenção dos jornalistas nas suas rotinas diárias” (67%). Por 48% dos inquiridos foi citado o item “Maior estímulo ao debate público sobre questões do jornalismo”, vindo depois (com 42% de citações) o item “Maior debate interno sobre os problemas de feitura do jornal”. Com menos citações nesta questão surgiram os itens “Melhoria da imagem do jornal/ da empresa” (escolhido por 31% dos respondentes) e, finalmente, “Alterações concretas no jornal” (referido apenas por uns escassos 7%).

Para além da quantidade de citações, a sua hierarquização por ordem de importância forneceu resultados idênticos: a “abertura e transparência face aos leitores” foi o item mais vezes citado em 1º lugar, o da “atenção dos jornalistas nas suas rotinas diárias” o mais vezes citado em 2º lugar, e o do “estímulo ao debate público” o mais vezes referido em 3º lugar.

Questão paralela foi colocada aos 34% de inquiridos que consideravam o trabalho do Provedor “pouco ou nada eficaz”, tentando descortinar as razões dessa **ineficácia**. Das seis hipóteses adiantadas, a mais citada (52%) foi a de o Provedor “não ter poderes reais para provocar mudanças”, logo seguida (47%) de “as rotinas instaladas no jornal serem muito fortes”. “Os responsáveis do jornal não ligam às recomendações do Provedor”, foi um item citado por 39% dos inquiridos para explicar a alegada ineficácia; 37% apontaram a hipótese de “a coluna do Provedor ser pouco ou nada lida no jornal”, tendo 32% referido

o “não se reconhecer competência / autoridade profissional ao Provedor”, e 25% a circunstância de “as questões da ética não se adequarem bem à ‘lógica de mercado’”.

Verificam-se ligeiras *nuances* nesta matéria conforme o jornal a que pertencem os inquiridos: os do “jornal A” tendem a explicar a ineficácia do Provedor em primeiro lugar pelo facto de lhe faltarem “poderes reais” de intervenção, enquanto no “jornal B” a primeira escolha vai mais frequentemente para a circunstância de a coluna do Provedor ser “pouco lida” e no “Jornal C” o motivo mais vezes assinalado em primeiro lugar é o facto de “não se reconhecer competência” a quem ocupa o cargo. No que toca à separação por tempo de experiência profissional, a “falta de poderes reais” e a “força das rotinas instaladas” são as razões mais vezes invocadas em primeiro lugar pelos escalões mais jovens na profissão, enquanto os que têm experiência mais longa apontam frequentemente, além da mesma “falta de poderes reais”, o facto de os responsáveis do jornal “não ligarem” ao que sugere o Provedor.

5.3.4. - Origem interna ou externa do Provedor

Uma questão menos consensual nos resultados dos inquéritos – e das mais debatidas neste domínio, pois tem a ver com o sensível problema da independência (ou “presunção de independência”) do Provedor do Leitor – é o da **origem** desta figura: deve ser escolhida de entre os quadros do jornal em que vai exercer o cargo ou deve vir de fora?

A este respeito, as opiniões dos inquiridos dividiram-se razoavelmente, com 45% defendendo que o Provedor deve ser “de fora” e 32% preferindo que seja “da casa”. Para além dos 14% que não tinham (ou não quiseram dar) opinião nesta matéria, surgiu uma nova categoria – que não estava prevista no inquérito mas se criou *a posteriori*, na altura do tratamento dos dados, pois um número razoável (10%) de inquiridos a ‘criou’ com as explicações que deu. Segundo estes, não seria tão importante a proveniência do Provedor mas, sim, o perfil e características da pessoa escolhida para o cargo. Face a este critério (o do perfil), o facto de ser “de fora” ou “da casa” seria menos relevante.

Nesta matéria, entretanto, as respostas parecem estar sobremaneira ligadas às experiências concretas em cada um dos jornais respectivos, uma vez que, cruzados os dados globais com o jornal de pertença, as disparidades são assinaláveis (*ver QUADRO II*). No “jornal A”, uma maioria claríssima prefere uma solução “de fora”, enquanto no “jornal C” a primeira escolha vai para a hipótese “da casa”, embora pouco acima dos 50%. No “jornal B”, as duas hipóteses estão praticamente empatadas (34% e 35%). De referir ainda, neste último caso, uma percentagem relativamente elevada de “Não sabe/ Não

responde” (19%), e alguma expressão da hipótese “Interessa mais a pessoa” (11%), o que acentua ainda mais as dúvidas existentes nesta questão.

QUADRO 11 – Origem do Provedor

	Provedor “da casa”	Provedor “de fora”	Interessa mais a pessoa	N/S N/R
Jornal A	3 %	76 %	8 %	13 %
Jornal B	34 %	35 %	13 %	19 %
Jornal C	52 %	38 %	5 %	6 %
Não identificado (*)	56 %	11 %	11 %	22 %

Articulando as respostas a esta pergunta com os demais elementos de identificação, pode constatar-se que, em termos de classes etárias, a preferência dos jornalistas mais jovens parece ir tendencialmente para um Provedor “de fora”: isso é muito notório no sub-grupo até aos 25 anos (58% a favor da hipótese “de fora” e 29% a favor da alternativa “da casa”), mantendo-se a tendência, embora com menor expressão percentual, nos escalões dos 26-35 anos (44% *versus* 34%) e dos 36-45 anos (44% *versus* 26%); já no escalão de 46-55 anos, as coisas alteram-se e a opção preferida é a de um Provedor “da casa” (41%), embora a pouca distância dos que escolhem “de fora” (39%). Mas no escalão de mais de 55 anos, volta a verificar-se uma preferência pela solução “de fora” (40%) sobre a solução “da casa” (30%). De referir ainda que a ‘terceira via’ – a resposta segundo a qual interessa sobretudo a pessoa nomeada para o cargo e não o facto de vir “da casa” ou “de fora” – é escolhida comparativamente mais pelos escalões mais subidos na idade: o dos 36-45 anos (15% optam por ela) e o dos que têm mais de 55 anos (escolhem-na 20%).

Relativamente ao estatuto profissional, assinala-se que, no universo global, preferem um Provedor “da casa” os colaboradores permanentes (67%), os estagiários (57%), os “chefes/subchefes de Redacção” (57%) e os “membros da Direcção” (aqui com apenas 33% e opiniões razoavelmente repartidas pelas duas outras hipóteses). Pelo contrário, parecem optar preferencialmente pela solução “de fora” os “repórteres / redactores” (49%), registando-se um empate na categoria dos “editores ou equivalentes” (39% tanto para a hipótese “da casa” como para a “de fora”).

Bastante mais consensual parece ser a resposta à pergunta sobre se o Provedor do Leitor deve ser pessoa **com ou sem ligação ao jornalismo**. Dos inquiridos, 50% dizem

que deve ser “um antigo jornalista” e 42 % que deve ser uma pessoa “com algum tipo de experiência jornalística”; apenas 4% dizem preferir, para esta função, alguém “totalmente exterior ao grupo profissional dos jornalistas”, havendo 5% que optam por não responder.

Ainda mais consensual é o posicionamento sobre a questão de o Provedor dever escrever, ou não, uma **coluna no jornal** com as suas apreciações: 82% acham que sim, que o deve fazer, 2% prefeririam que ele dirigisse as suas críticas apenas para o interior do jornal e 14% entendem que isso “depende dos casos em análise”.

E, quando escreve uma coluna, deve **citar os nomes** dos jornalistas envolvidos nos casos em apreciação? Aqui, 56% respondem “sim” e 9% “não”. Um número significativo (34%) entende que essa opção “depende dos casos em análise”. E de novo surge uma pequena diferença em função do jornal concreto em que laboram os respondentes: os do “jornal A” e do “jornal B” afirmam claramente (66 %, num e noutro caso) que o Provedor “deve citar” os nomes dos jornalistas implicados nas situações em apreciação, enquanto os do “jornal C” só em 30% dos casos dão esse “sim” taxativo; na maioria das respostas (42%), estes preferem dizer que a identificação pública dos jornalistas visados deve “depende dos casos” em análise, e numa percentagem significativa (27%) defendem mesmo que o nome dos visados “não deve ser citado”.

Mais uma vez, os dados parecem apontar para algumas diferenças entre culturas profissionais ou culturas “de redacção”, ou igualmente para diferenças decorrentes da experiência concreta com Provedores concretos.

5.3.5. - Definição do Provedor do Leitor

Tentando definir, em termos genéricos, a figura do Provedor do Leitor, foram fornecidas aos jornalistas várias hipóteses, pedindo-se que seleccionassem, ordenadamente, até três. Os resultados aproximam-se dos que encontramos quando se questionou a utilidade da figura do Provedor, com a referência mais frequente ao seu papel como **elemento de ligação aos leitores** (88% de citações no total), logo seguida do seu papel como **instância de reflexão para os jornalistas** (81% de citações) e, na terceira posição, o facto de ser um **útil instrumento de auto-regulação** (73 % de citações).

Estas percentagens referem-se à soma total de citações feitas, independentemente da ordenação que lhes foi dada pelos respondentes (eram solicitados a seriar as opções por ordem de importância), mas os resultados são semelhantes quando se atenta nas escolhas dos inquiridos para o 1º, 2º e 3º lugares, face às hipóteses adiantadas (ver **QUADRO 12**).

QUADRO 12 – Definição do Provedor

<i>Definição genérica do Provedor do Leitor</i>	1º lugar	2º lugar	3º lugar	Citado sem ordem	SOMA de citações
Instrumento de “marketing”	6 %	2 %	5 %	1 %	14%
Serviço de “relações públicas”	6 %	11 %	8 %	---	25%
Forma de “dar tiros no pé”	---	1 %	2 %	---	3%
Boa ligação jornal-leitores	50%	16 %	16 %	6 %	88%
Instância de reflexão p/ os jornalistas	14 %	40 %	24 %	3 %	81%
Útil instrumento de auto-regulação	17 %	19 %	34 %	3 %	73%

A importância do papel do Provedor do Leitor como **instância de reflexão para os jornalistas** parece ser, em termos comparativos, mais valorizada no “jornal B” (onde este item mereceu, no total, 91% de citações, independentemente da sua ordem), um pouco menos no “jornal C” (74% de citações) e menos ainda no “jornal A” (73% de referências). Em contrapartida, há uma maior homogeneidade no modo como este item é referido em função do tempo de experiência profissional dos jornalistas, com as citações repartidas entre um mínimo de 71% no escalão “5 a 10 anos de experiência profissional” e um máximo de 89% no escalão “16 a 20 anos” (84% no escalão “menos de 5 anos”, idêntico valor no escalão “11 a 15 anos” e 78% no escalão “mais de 20 anos”).

Quanto à relevância desta figura enquanto **útil instrumento de auto-regulação**, ela é apontada de modo relativamente próximo pelos jornalistas de qualquer dos periódicos analisados (66% de citações no “jornal A”, 77% no “jornal B” e 71% no “jornal C”).

5.3.6. - Conhecimento externo da figura do Provedor

Um dos pontos do inquérito procurava indagar até que ponto os jornalistas teriam, a partir dos seus contactos habituais com o público, noção do modo como os leitores olhavam para a figura do Provedor do Leitor. Mais especificamente, procurava saber-se se, na opinião dos jornalistas, os leitores teriam já suficiente conhecimento quer da **existência**, quer das **funções** desta figura auto-reguladora. E as respostas dividiram-se: se uma maioria de 56%, no total, admitia que os leitores sabiam da **existência** de um Provedor (27% acharam que não e 17% não se pronunciaram), já a maior parte (48%) considerou que eles não conhecem suficientemente as funções por ele desempenhadas (36% entenderam que sim e 17% não responderam). Também neste item, voltamos de novo às diferenças de

sensibilidade conforme o jornal em que se trabalha (*ver QUADROS 13 e 14*): se nos jornais “A” e “B” parece evidente a constatação de que os leitores sabem que há um Provedor (ou, pelo menos, os jornalistas pensam que eles sabem), já no “jornal C” o sentimento é inverso; por outro lado, quando se inquire sobre se os leitores conhecerão as funções por ele desempenhadas, já a maioria de respostas se inclina (embora com *nuances*) globalmente para o “não” (além disso, a alternativa “Não sabe/Não responde” tem um conjunto de citações globalmente elevado, tanto na primeira como, sobretudo, na segunda questão). Aqui pode radicar um dos motivos que explicam alguma da aparente ineficácia do Provedor – o facto de ele ser ainda um instrumento relativamente pouco divulgado junto daqueles a quem poderia, afinal, prestar maiores serviços.

QUADRO 13 – Conhecimento externo da existência do Provedor

	SIM - Leitores sabem que há um Provedor	NÃO - Leitores não sabem que há um Provedor	N/S N/R
Jornal A	58 %	32 %	10 %
Jornal B	66 %	18 %	17 %
Jornal C	36 %	38 %	26 %
Não identificado (*)	56 %	33 %	11 %

QUADRO 14 – Conhecimento externo das funções do Provedor

	SIM - Leitores conhecem as suas funções	NÃO - Leitores não conhecem as suas funções	N/S N/R
Jornal A	44 %	44 %	13 %
Jornal B	40 %	43 %	17 %
Jornal C	19 %	60 %	22 %
Não identificado (*)	44 %	44 %	11 %

(*) Recordamos que os “não identificados” são apenas 4% do total de respondentes.

5.3.7. - Importância relativa da figura do Provedor

Tentando comparar a importância relativa que é atribuída pelos jornalistas ao **Provedor do Leitor**, no cotejo com outras (existentes ou possíveis) instâncias de auto-regulação da sua actividade, foi possível constatar que o Provedor é julgado uma instância

“importante” pela maioria dos respondentes (55%), havendo 39% que a consideram mesmo “muito importante”.

Mais destacados com o primeiro grau de importância, porém, são os **Conselhos de Redacção** – que 63% dos inquiridos consideram um instrumento “muito importante” e 26% “importante”. Eventuais **Associações de Leitores/Espectadores** também são referidas como “importantes” por 50% dos respondentes, merecendo ainda destaque a apreciação do papel do **Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas** (referido como “muito importante” por 46% dos respondentes e como “importante” para 38%) – ver **QUADRO 15**. Em oposição, uma hipotética **Ordem dos Jornalistas** como mecanismo susceptível de concentrar a vigilância sobre questões do foro deontológico, e de exercer o correspondente poder disciplinar, é considerada como “muito importante” ou “importante” apenas por 35% de quantos responderam ao inquérito – havendo mesmo uma percentagem superior (40%) que se manifesta “contra” a sua existência.

QUADRO 15 – Importância relativa do Provedor do Leitor

<i>Instâncias de regulação</i>	Muito importante	Importante	(SOMA das duas anteriores)	Pouco importante	Sou contra	N/S N/R
Provedores do Leitor/ Espectador	39 %	55 %	94%	5 %	---	1 %
Conselho Deontológico do SJ	46 %	38 %	84%	11 %	4 %	1 %
Alta Autoridade p/ Com. Social	22 %	30 %	52%	31 %	12 %	5 %
Conselhos de Redacção	63 %	26 %	89%	8 %	---	3 %
Conselho de Imprensa	19 %	32 %	51%	34 %	2 %	12 %
Ordem dos Jornalistas	17 %	18 %	35%	17 %	40 %	9 %
Códigos Éticos das empresas jornal.	36 %	36 %	72%	17 %	4 %	6 %
Associações de Leitores/Espectadores	23 %	50 %	73%	18 %	3 %	5 %

Observadas as respostas a esta questão na variável “tempo de experiência profissional”, constata-se que todos os escalões se referem à instituição **Provedor do Leitor** como sendo “muito importante” ou “importante” numa percentagem superior a 90%, mas o sector dos mais novos na profissão (menos de 5 anos) é, comparativamente, o mais baixo neste item: ordenam-no assim 91% dos respondentes, contra 95% no escalão seguinte (entre 5 e 10 anos de experiência) e 96% no outro acima (entre 11 e 15 anos de

experiência), sendo que os profissionais mais antigos (entre 16 e 20 anos, e acima de 20 anos de experiência) também se ficam pelos 95% e 94%, respectivamente.

Bastante mais marcada é a diferença de perspectivas relativamente à importância conferida ao **Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas**: o escalão dos jornalistas com menos de 5 anos de experiência considera-o “muito importante” ou “importante” em 79% das respostas (havendo 16% que o julgam “pouco importante” e até 4% que são “contra” tal instituição), o que fica bastante aquém dos 97% de indicações favoráveis no escalão “entre 5 e 10 anos de experiência”, dos 84% no escalão “entre 11 e 15 anos”, dos 95% no escalão “entre 16 e 20 anos”, ou dos 78% no escalão “mais de 20 anos”.

Esta relativa clivagem entre os sectores mais jovens e mais antigos na profissão praticamente desaparece nas apreciações sobre a importância do **Conselho de Redacção** enquanto mecanismo auto-regulador (os três escalões mais jovens dão-lhe percentagens entre os 88% e os 93%, cifra que baixa para os 84% nos dois escalões mais antigos), mas ressurge de modo bem marcado no juízo sobre uma eventual **Ordem dos Jornalistas**. Aqui (*ver QUADRO 16*) parece evidente uma apreciação positiva comparativamente mais elevada no escalão dos mais jovens em experiência profissional (41%), por contraposição com os 34% do escalão “entre 5 e 10 anos de experiência”, os 32% do escalão “entre 11 e 15 anos”, ou os destacadamente baixos 21 % do escalão “entre 16 e 20 anos”. Em estreito e natural paralelo, nota-se que é também o escalão “entre 16 e 20 anos” que dá a maior percentagem de respostas “contra” uma Ordem dos Jornalistas (63%), enquanto as vozes que a ela se opõem no escalão “menos de 5 anos” não vão acima dos 27%.

QUADRO 16 – Importância de uma Ordem dos Jornalistas

<i>Experiência profissional</i>	Muito importante	Importante	<i>SOMA das duas anteriores</i>	Pouco importante	Sou contra	N/R
Menos de 5 anos	25 %	16 %	41 %	21 %	27 %	11 %
Entre 5 e 10 anos	21 %	13 %	34 %	24 %	37 %	5 %
Entre 11 e 15 anos	11 %	21 %	32 %	21 %	43 %	6 %
Entre 16 e 20 anos	---	21 %	21 %	5 %	63 %	11 %
Mais de 20 anos	19 %	17 %	36 %	9 %	42 %	13 %

Refira-se, a título de curiosidade, que é também na apreciação a este item (Ordem dos Jornalistas) que se constata uma diferença relativamente pronunciada conforme as

respostas provêm de homens ou de mulheres – algo que, na generalidade dos temas do questionário, não pareceu uma variável especialmente merecedora de atenção, dada a razoável homogeneidade das respostas em função do universo inquirido. Dos 135 jornalistas-homens que responderam ao inquérito, 63 pronunciaram-se “contra” uma Ordem profissional (o que dá uma percentagem de 47%, ou seja, quase metade); das 86 jornalistas-mulheres que responderam, foram apenas 25 (ou seja, 29%) as que se pronunciaram “contra” uma Ordem. [Há ainda a considerar, além destes, 29 casos de inquéritos não identificados em termos de género, e onde se registaram 11 respostas “contra” – ou seja, 38%]. Em jeito de comparação, registe-se que a apreciação do Provedor do Leitor em termos de importância, por exemplo, era bastante mais aproximada no que toca ao género (94% para os jornalistas-homens, os mesmos 94 % para as jornalistas-mulheres, 93 % para os “não identificados”), o mesmo podendo dizer-se da apreciação da importância do Conselho de Redacção (91% para os homens, 90% para as mulheres) ou até da valorização do Conselho Deontológico do SJ (87% para os homens, 81% para as mulheres). Ou seja, a perspectiva particular sobre uma polémica Ordem dos Jornalistas parece dividir as opiniões na variável “género” de modo bastante mais saliente do que outros organismos auto-reguladores da profissão.

5.3.8. - Maiores elogios e maiores críticas

Finalmente, era solicitado aos inquiridos que, de entre um conjunto de hipóteses, escolhessem até três (e as ordenassem segundo a importância) para tentar perceber quais os maiores elogios e as maiores críticas que lhes merece a instituição “Provedor do Leitor”, não só no **seu** jornal mas também em termos mais genéricos, a partir da observação do seu trabalho nos jornais portugueses de informação geral.

No que toca a **elogios**, constata-se uma repartição razoável entre os itens propostos. O que mereceu mais citações no total (independentemente de ser colocado em 1º, 2º ou 3º lugar) foi o de que **“os Provedores são uma ‘porta aberta’ dos jornais para com os seus leitores”** – citaram-no 60% dos inquiridos. Logo a seguir, com 59% de referências, vinha o item **“Recordam princípios éticos que frequentemente parecem esquecidos”**. Com 54% de citações surge um outro elogio da “função interna” dos Provedores: **“Estimulam a crítica e a auto-crítica entre os jornalistas”**. Com um número de citações razoável, embora abaixo dos 50%, aparecem as outras três hipóteses sugeridas: “ [Os Provedores] ajudam os jornais a corrigir os erros e a melhorar o seu serviço” (46%),

“permitem que o público conheça melhor a actividade jornalística” (42%) e “obrigam os jornais a maior prudência no seu trabalho diário” (35%).

No domínio das **críticas**, os inquiridos mostraram-se em geral muito benevolentes para com a figura do Provedor, com elevadas percentagens (entre um mínimo de 52% e um máximo de 96%, conforme os itens) a não citar qualquer das seis hipóteses avançadas. Ainda assim, a crítica com maior número de citações, independentemente de estarem ordenadas em 1º, 2º ou 3º lugar, foi a de que os Provedores **“são muito moralistas nas apreciações que fazem”** (48% dos 250 jornalistas respondentes). Segue-se o item **“preocupam-se demasiado com questões técnicas (lapsos, má gramática, coisas trocadas, etc.)”**, com 42%. Mais abaixo surgem as restantes críticas: “Têm tendência a ser demasiado agressivos para com os jornalistas” (34%), “não são independentes, pois também são funcionários dos jornais que analisam/criticam” (26%), “são pouco sensíveis às lógicas do mercado e das empresas de Comunicação Social” (18%) e “têm tendência a ser demasiado agressivos para com os leitores” (4%).

Entretanto, um conjunto diverso de outras críticas foi feito já não nas respostas “fechadas” ao inquérito, mas na última questão – uma questão “aberta”, onde se dava a possibilidade aos inquiridos de tecerem livremente quaisquer comentários sobre a matéria. Cerca de um quarto dos respondentes aproveitou essa oportunidade e, embora sem as possibilidades de medição e comparação percentual das respostas anteriores, parece-nos que pode ser esclarecedor destacar alguns dos aspectos referidos. Deixamos esse ponto, entretanto, para depois da discussão dos resultados quantitativos que aqui apresentámos, dada a diversa natureza de uns e outros.

5.4. - Discussão dos resultados

Importa situar, desde logo, este estudo de opinião nos seus termos adequados, para não ceder à tentação de extrapolar automaticamente os seus resultados para o conjunto dos jornalistas: trata-se de um inquérito feito junto dos profissionais de apenas três jornais diários portugueses de informação geral – e de três jornais onde existe um Provedor do Leitor (à data da recolha dos dados, entre Junho e Julho de 2001, dois desses jornais – o *Diário de Notícias* e o *Público* – iam já, respectivamente, na terceira e na segunda ‘edição’ de Provedoria, exercida por diferentes pessoas, enquanto o *Jornal de Notícias* ia ainda na primeira experiência). Embora a quantidade de respostas tenha sido bastante elevada e,

portanto, a amostra constituída tenha rondado os 55% do universo possível, com razoável consonância global (na medida do que foi possível constatar, e ressalvadas as ligeiras distorções atrás referidas) entre os sub-grupos do conjunto dos inquiridos e do conjunto dos respondentes, nem por isso os resultados devem deixar de ser lidos com alguma prudência, dado que o seu tratamento estatístico foi apenas o julgado necessário para encontrar as grandes tendências ou as indicações minimamente fiáveis quanto aos temas em apreciação. Daí que algumas diferenças de perspectiva constatadas – por exemplo, entre os vários jornais, entre diversos escalões etários ou entre distintos escalões de experiência e estatuto profissional – devam ser tomadas como elementos indicativos, cuja explicação e confirmação requereriam um trabalho específico mais aprofundado.

Por outro lado, poderá porventura dizer-se desta situação algo parecido com o que se costuma dizer do trabalho do Provedor: que só o contactam e a ele recorrem os leitores mais informados, mais empenhados, mais participativos, sendo, por isso, arriscado fazer extrapolações para o conjunto dos leitores e tomar essa parte pelo todo. É crível que as respostas a este inquérito tenham provindo, na sua maior parte, de jornalistas mais empenhados, mais participativos, mais interessados em reflectir sobre estas matérias – o que, desde logo, permitirá também presumir neles uma maior predisposição para o debate deontológico e para algum envolvimento nos desafios da auto-regulação. Sabemos que estas não são preocupações partilhadas de modo semelhante pelo conjunto do grupo profissional – o que leva a admitir que, se **todos** tivessem efectivamente respondido, talvez os resultados fossem algo diferentes. Ou seja, a amostra, embora muito alargada em termos numéricos, não reproduz necessariamente, à sua escala, as cambiantes de todo o universo.

Finalmente, deve sublinhar-se que neste inquérito (como, de resto, na generalidade dos inquéritos de opinião), os jornalistas **dizem** o que pensam e **dizem** o que fazem ou querem fazer. Pedimos as suas opiniões, mas não fomos observar e avaliar *in loco* os seus comportamentos reais. Assim, é possível que alguém diga que considera “muito importante” certo mecanismo auto-regulador e depois, na prática concreta do seu dia-a-dia, não lhe conceda importância nenhuma, o desdenhe ou até se lhe oponha. Significa isto que não podemos, a partir destes dados, ficar a saber exactamente o que os jornalistas “fazem”, mas o que eles “dizem que fazem”; não o modo como eles se conduzem, mas o modo como eles pensam (ou dizem que pensam).

Feitas estas ressalvas, há um conjunto de pontos que parecem emergir com razoável evidência dos dados recolhidos.

Desde logo, sobressai a ideia de que a clara maioria dos jornalistas que trabalham em jornais com um Provedor do Leitor não só concorda com a sua existência – o que deve ser assinalado, pois tal posição, como já vimos atrás, não se tem revelado assim tão consensual na generalidade dos órgãos de comunicação social¹³ –, como parece igualmente reconhecer uma grande utilidade e uma apreciável eficácia ao papel desempenhado por essa figura auto-reguladora. A maior utilidade do Provedor parece residir no que ele traz de abertura e transparência do jornal face aos seus leitores, mas quase no mesmo plano é referida igualmente a sua importância para o interior da redacção. Mesmo que nem sempre sejam traduzidas em alterações concretas no jornal – o que releva, segundo boa parte das opiniões, da sua ausência de poderes reais para tal, bem como da força das rotinas instaladas –, a utilidade e eficácia do Provedor no que diz respeito a estimular o debate interno, a favorecer a capacidade auto-crítica e a recordar os princípios éticos norteadores da profissão, aparentam ser relevantes para a grande maioria dos jornalistas. No contexto do presente trabalho, este é um dado a sublinhar, pois, embora não se conteste que a figura do Provedor se justifica, acima de tudo, pela sua relação com os leitores, a actividade que desenvolve repercute-se, directa e indirectamente, no seio dos jornalistas, tanto em termos individuais como no colectivo da redacção. Foi, aliás, o pressuposto com que partimos para este trabalho: o de que a actividade do Provedor tem também uma influência importante “para dentro” do jornal, e especificamente para o trabalho dos jornalistas. Trata-se, afinal, de lhe reconhecer um papel enquanto mecanismo de “*accountability* externa”, sem dúvida, mas também de “*accountability* interna”, para retomar a terminologia de Pritchard (1993: 78).

As conclusões genericamente favoráveis à existência e às funções do Provedor do Leitor, tais como aqui as deixamos, não divergem, no essencial, de estudos semelhantes feitos junto de jornalistas de outras partes do mundo – e, inclusivamente, junto dos próprios provedores. Veja-se, a título de exemplo, a conclusão genérica a que chegou Mogavero (1982), na investigação alargada que conduziu nos EUA:

As reacções da redacção aos esforços do *ombudsman* para conseguir dela uma maior disponibilidade para ‘prestação de contas’ são, no geral, favoráveis, embora a redacção pareça

¹³ E se alguns directores de jornais consideram não ser necessário um Provedor do Leitor porque entendem dever ser eles próprios o elo permanente de ligação com os leitores e de recepção das suas críticas e queixas, outros recusam-no até por receio de que a sua actuação, ao expor publicamente as fragilidades do periódico e ao apontar erros concretos a trabalhadores concretos, possa ter “um efeito negativo na moral das tropas” (Langlois & Sauvageau, 1989: 199).

insistir em que o Provedor, para ‘ganhar as suas esporas’, seja confrontado no período inicial com algum cepticismo por parte dos jornalistas. Esse cepticismo, na opinião de muitos *ombudsmen*, é algo que não surpreende numa indústria em que a capacidade de crítica interna (pelo menos com carácter formal) costuma ser um bem muito raro (Mogavero, 1982: 552).

Para além de muitos aspectos razoavelmente consensuais, do conjunto de resultados apurados no inquérito parecem emergir três elementos particularmente sensíveis na variação de opiniões de certos sub-grupos: notam-se algumas especificidades de pontos de vista (1) em função do **jornal** concreto a que pertencem os jornalistas, (2) em função da **idade** e do **tempo de experiência profissional** que têm, e, finalmente, (3) em função da **categoria profissional** em que exercem o seu trabalho.

- 1) As sensibilidades relativamente à figura, às características e ao papel do Provedor do Leitor variam um pouco **conforme os jornais concretos** em presença, confirmando a ideia de que a sua definição e o seu trabalho são também função da cultura específica das organizações em que se inserem. Mais, parecem ser igualmente condicionados (para o bem e para o mal) pela personalidade específica que exerce o cargo – o que não admira, dada a circunstância de esta ser uma instituição unipessoal, ainda relativamente recente, e para a qual há, como atrás vimos, definições, interpretações e estilos muito variados. Por outro lado, o contacto com as experiências reais e a avaliação que delas se faz acaba depois por justificar certas diferenças de opinião – por exemplo, quanto ao facto de ser mais vantajoso recrutar um Provedor de entre o pessoal “da casa” ou ir buscar uma pessoa “de fora”. O universo a que este inquérito se dirigiu, recordamos, era constituído, à época, por três jornais em situação relativamente diversa: o *Diário de Notícias* tinha como Provedora uma mulher, antiga jornalista, totalmente exterior aos quadros da empresa (Estrela Serrano), e ia já na sua terceira experiência neste domínio, que iniciara em 1997 (os anteriores Provedores tinham sido Mário Mesquita – vindo “de fora”, mas antigo director do jornal – e Diogo Pires Aurélio – vindo “de fora”); o *Público* tinha como Provedor um homem, jornalista, oriundo directamente dos quadros “da casa” (Joaquim Fidalgo) e ia na sua segunda experiência, pois tinha começado também em 1997 (com Jorge Wemans, igualmente “da casa”) mas, entretanto, tinha feito uma pausa de quase dois anos

sem Provedor; o *Jornal de Notícias* tinha igualmente como Provedor um homem, também jornalista e directamente provindo dos quadros “da casa” (Fernando Martins), e estava ainda na sua primeira experiência de Provedoria. Sublinhe-se, a este propósito, que conclusões muito coincidentes com as nossas foram obtidas por Langlois & Sauvageau (1989) no estudo que conduziram junto dos jornalistas de dois jornais canadianos com Provedor do Leitor – o *Toronto Star* e o *Gazette*. Constataram não só que “os jornalistas têm uma percepção diferente das funções do *ombudsman* nas duas empresas estudadas” (Langlois & Sauvageau, 1989: 195), como até que eles têm, conforme o jornal em que laboram, “opiniões opostas sobre a utilidade do *ombudsman* para o seu trabalho” (*ibid.*: 196). Explicações possíveis para esta diferença de opiniões estarão, segundo os investigadores, no **tempo** que os jornalistas podem levar a ‘integrar’ a presença do Provedor (num dos jornais a experiência com *ombudsman* tinha já quase 20 anos, enquanto noutro tinha apenas sete) e no “**modo** diferente como cada *ombudsman* realiza a sua função” (*ibid.*: 207) – o que remete para a distinção entre o “Provedor ideal” e o “Provedor real” (*ibidem*).

- 2) Se algumas respostas ao inquérito variaram conforme provinham deste ou daquele jornal, também é possível concluir que umas quantas forneceram indicações diferentes **conforme os escalões etários** e **conforme o maior ou menor tempo de experiência profissional** dos jornalistas respondentes. É patente, em múltiplas situações, uma diferença de sensibilidade dos mais novos (em idade e em profissão) face aos mais velhos ou mais antigos, com os primeiros a denotarem um maior distanciamento crítico face à figura (ou à actuação concreta) do Provedor do Leitor – veja-se, por exemplo, o grau de concordância com os escritos e com os juízos do Provedor, veja-se a importância relativa que lhe é atribuída por relação com outros mecanismos auto-reguladores, veja-se a utilidade ou (in)eficácia que se lhe reconhece, vejam-se ainda as perspectivas algo dissonantes face a uma eventual Ordem dos Jornalistas. Explicações para isto podem eventualmente ser encontradas numa espécie de **diferença geracional**, para o que contribuiria o facto de, muitas vezes, os Provedores serem profissionais já um pouco avançados na idade, detentores de uma experiência acumulada em contextos bastante

diversos dos dos mais jovens e, até, possuidores de uma linguagem em que alguns terão mais dificuldade em se rever (como foi apontado por um ou outro na resposta “aberta”). Outra explicação pode residir no facto de os mais jovens não estarem tão ‘imersos’ na cultura profissional ‘estabelecida’ – do grupo ou da redacção – e, portanto, raciocinarem em moldes **menos alinhados com o pensamento *mainstream***. Em todo o caso, conclusões mais definitivas só poderiam ser retiradas depois de um estudo exaustivo junto dos próprios, certamente com outro tipo de questionário e com outros instrumentos de investigação (por exemplo, a entrevista).

Vale a pena referir, não obstante, que um inquérito semelhante – conduzido, nos inícios da década de 1990, por Neil Nemeth (2000), no jornal americano *Louisville Courier-Journal* – levou a um resultado parecido. Inquirindo especificamente os jornalistas sobre a eventual utilidade que viam na figura do Provedor do Leitor, fosse para eles individualmente, fosse para a melhoria do trabalho da redacção no seu conjunto, Nemeth concluiu que as variáveis “género” e “formação académica” pareciam não influir nas respostas, ao contrário da variável “tempo de experiência profissional”: “A quantidade de anos de experiência foi a única variável significativa na resposta sobre se um jornalista dos quadros da redacção considerava o *ombudsman* pessoalmente útil” (Nemeth, 2000: 82). E quanto maior era a experiência na profissão, mais os jornalistas diziam reconhecer utilidade àquela função.

- 3) Pelo menos em parte, o que ficou dito no ponto anterior pode dizer-se das diferenças de sensibilidade detectadas, aqui e além, **em função do estatuto profissional** dos jornalistas respondentes (nomeadamente se detêm ou não posições de chefia). Aqui, porém, parece entrar em linha de conta um novo factor (como veremos de modo mais claro no ponto seguinte, a partir dos comentários livres feitos por alguns dos jornalistas): a particular relação de forças – decorrente da especificidade de papéis – no interior da redacção, com a inerente distribuição de responsabilidades por aquilo que é, e pelo modo como é, publicado. Vistas as coisas a esta luz – e levada em conta a nossa própria experiência pessoal no cargo de Provedor do Leitor do jornal *Público* durante dois anos –, não surpreende muito que, por exemplo, a apreciação sobre a maior ou menor “correção” dos juízos do Provedor seja frequentemente

distinta conforme as respostas provenham de **jornalistas ‘comuns’** ou de **jornalistas em posições de chefia** (editores ou afins, chefes ou subchefes de redacção). Como se sabe, há muitos casos em que os jornalistas consideram que eventuais insuficiências ou falhas do seu trabalho se devem não a ligeireza ou desatenção próprias, mas sim às condições concretas que (não) lhes foram proporcionadas para o desenvolver: escasso tempo de pesquisa e confirmação das informações, pressa na publicação, espaço reduzido para explicar e enquadrar os dados, pressão para a orientação do texto num determinado sentido, etc. A isso acresce o facto de lhes escapar também muito do controlo da edição final do texto (eventuais cortes ou alterações, apresentação na página, escolha final de título), que, por regra, é feito por algum elemento da chefia. Assim, é perfeitamente possível (como na nossa própria experiência constatámos) que, suscitada alguma questão junto do Provedor do Leitor sobre determinada matéria, e confrontado com ela o jornalista que a tratou, este seja o primeiro a admitir os erros ou insuficiências do seu trabalho – logo, concordando com o eventual juízo crítico do Provedor –, pois **ele próprio desejaria ter feito as coisas de outra maneira**, ou ter visto o trabalho apresentado de outro modo, mas não lho permitiram, ou não lhe proporcionaram as condições para tal. No fundo, ele tem de assumir os erros, pois é quem responde pelo texto aos olhos do público – uma vez que o assina –, mas não se sente, de facto, o grande culpado pela situação: os verdadeiros responsáveis seriam os elementos da chefia que, de algum modo, o tinham ‘obrigado’ a fazer as coisas de certa maneira e que, além do mais, tinham modelado a apresentação final do trabalho. Destes responsáveis, porém, o público raramente conhece sequer os nomes, e muito menos o grau de intervenção (decisivo, em muitos casos) nas matérias publicadas. E é assim que, levantada a questão pelo Provedor, o jornalista acaba muito plausivelmente por concordar com o seu juízo negativo, enquanto os elementos da chefia têm mais dificuldade em o fazer, pois sabem bem que foram eles próprios (e não o jornalista que assina o texto) os verdadeiros responsáveis pelas opções ou insuficiências criticadas. E é assim que o Provedor acaba, de algum modo, por ser também **ponto de cruzamento das tensões internas** e das relações nem sempre fáceis ou concordantes – até em termos de exigência ética e de escrúpulo deontológico – entre jornalistas e suas chefias, com as

segundas exercendo um poder frequentemente anónimo mas quase sempre determinante para a apresentação do produto final, e os primeiros mais ou menos forçados, conforme as circunstâncias, a desenvolver o seu trabalho em função de certas directrizes superiormente definidas, além de submetidos aos constrangimentos ‘industriais’ de elaboração de um jornal.

5.5. - *Apreciações qualitativas*

As respostas livres ao último desafio do inquérito – uma questão “aberta” – permitem, embora sem a pretensão de considerar os comentários individuais representativos para além do/da jornalista que lhes dá voz, recolher algumas explicações ou explicitações bastante curiosas.

De modo aparentemente paradoxal, quase se equivalem os comentários dos que entendem que alguma ineficácia da actuação dos Provedores pode advir do facto de ele ser **demasiado brando** nas suas críticas aos jornalistas e dos que, pelo contrário, ligam a ineficácia ao facto de ele ser **demasiado agressivo**. Vejam-se exemplos dos primeiros:

“Têm tendência a ser demasiado simpáticos com os jornalistas”.

“Em geral parecem comentários de bom senso, mas eu esperaria um exercício mais acutilante”.

“Acho que às vezes o erro é tentar agradar a todos”.

“Parece-me que, algumas vezes, procuram estar de bem com Deus (leitores) e com o Diabo (jornalistas / jornal)”.

“(…) os Provedores têm usado de uma certa bonomia, justificada pela própria esquizofrenia do seu papel: criticar quem lhes paga o ordenado. Mas, sendo essas as regras do jogo, um pouco mais de músculo e um pouco menos de simpatia seriam bem vindos”.

[Os Provedores] são complacentes com os jornalistas”.

“São pouco sensíveis às lógicas do mercado, na medida em que não se distanciam delas. Acho que deviam ser mais agressivos em relação ao jornalismo político”.

Outros, pelo contrário, acusam supostos **excessos**:

“Além das críticas, seria útil juntar explicações sobre o funcionamento das redacções e o trabalho do jornalista”.

“Há demasiada hostilidade na abordagem. O Provedor não tem obrigatoriamente de ser um ‘inimigo’ dentro de portas”.

“Nenhum jornalista pode ter a veleidade de se julgar sabedor de tudo, mas um Provedor também não pode fazer da ‘categoria’ um palco em que cilindra um profissional da forma que melhor lhe convém. (...) Falar ‘do cimo da burra’ não me parece uma boa postura”.

“O Provedor deve conseguir manter uma certa distância entre jornalistas e leitores, permitindo-lhe analisar factos de uma forma mais isenta, correcta e profissional. Mais que punir, deve esclarecer e ajudar”.

“Deviam ligar um pouco mais (...) às pressões e condições de trabalho dos jornalistas”.

“O Provedor é importante mas não deve adoptar a figura do ‘advogado do diabo’. Não deve partir do pressuposto de que o jornalista é culpado. Só quem conhece o dia-a-dia de uma redacção e as imposições aos jornalistas poderá avaliar correctamente o seu trabalho. Não quero com isto dizer que o jornalista é a vítima, mas outros valores se sobrepõem à sua função e editores e directores devem ser também julgados”.

Espreita, aqui, a questão que já atrás tínhamos apontado: os jornalistas ‘comuns’, da base da pirâmide (os chamados *rank and file*), tendem frequentemente a considerar-se a si próprios uma espécie de “elo mais fraco” da cadeia produtiva que é um jornal – pois, apesar de alguma margem de liberdade e autonomia, trabalham numa relação típica de subordinação, seja às grandes linhas editoriais definidas por quem detém e dirige no topo a publicação, seja às chefias directas que diariamente enquadram e editam o seu trabalho – mas, ao mesmo tempo, sentem que são os mais directamente responsabilizados por falhas ou erros concretos, na medida em que é o seu nome (e frequentemente só o seu) que surge a “dar a cara” pelas matérias publicadas. Daí que não poucos pareçam tentados a encontrar no Provedor não só o **Provedor do Leitor** que por definição é, mas também uma espécie de **“Provedor do Jornalista”** – alguém que entenda melhor a sua posição na zona mais baixa da cadeia hierárquica, que compreenda e denuncie publicamente os constrangimentos múltiplos com que tem de lidar, e que, por essa via, de alguma maneira o ajude até a lutar contra imposições menos correctas eventualmente vindas das direcções ou das chefias no interior da redacção. E estas, naturalmente, são por vezes encaradas mais como ‘adversários’, pouco sensíveis a algumas das boas práticas da profissão, do que como ‘oficiais do mesmo officio’. Vejam-se alguns dos comentários recebidos:

“[O Provedor] pode ser um porta-voz dos próprios jornalistas, que não têm meios para expor publicamente o seu desagrado em relação a determinados procedimentos – e este é um aspecto raramente referido”.

“Os jornalistas pensam que [o Provedor] é, no mínimo, um adversário”.

“[Os Provedores são importantes] para porem perante os leitores as incorrecções dos jornalistas, que precisam de ser mais responsabilizados. E, mais ainda, os editores, chefes de redacção e directores”.

“No jornalismo actual há falta de isenção e responsabilidade. As hierarquias (editores e outros do topo da pirâmide) atropelam diariamente a ética e a deontologia de propósito, porque pensam que assim vende mais”.

Um ou outro dos inquiridos vai mesmo mais longe, sugerindo que o próprio **modo de escolha** do Provedor deveria ser diferente – concedendo-se nesse processo um maior protagonismo aos jornalistas – e que ele deveria funcionar também como uma espécie de **conselheiro interno**, articulando as suas funções com as de outros organismos no interior da redacção:

“Creio que se o Provedor fosse eleito e não nomeado, teria mais margem de manobra”.

“(…) devia ser escolhido pelos jornalistas ou, pelo menos, o nome dele devia ser posto à nossa consideração”.

“[Este inquérito] nunca coloca a questão essencial de saber quem escolhe o Provedor e o grau de independência deste em relação a quem o escolheu”.

“O Provedor do Leitor deveria ter um papel mais próximo do Conselho de Redacção. De um trabalho conjunto poderia surgir uma visão de crítica permanente sobre o trabalho produzido”.

“Seria útil que o Provedor, sem poder para operar modificações, participasse, regularmente, numa reunião-debate com as direcções e chefias. Todos se compreenderiam melhor e talvez ganhasse a eficácia do exercício do Provedor”.

“A instituição do Provedor abre um fosso inevitável entre ele, a redacção e a direcção, só atenuado se o Provedor tem a diplomacia e tacto possível. Seria necessário que ele tivesse uma reunião mensal com editores e direcção para análise do mês e construção dos futuros. A não ser assim, as partes manter-se-ão sempre independentes e a olhar-se com desconfiança”.

Independentemente da maior ou menor razoabilidade das sugestões tendo em vista um aumento de eficácia prática do trabalho do Provedor, um ponto aqui parece claro: estes

jornalistas, confrontados com óbvias dificuldades no dia-a-dia da redacção (e, sobretudo, nas suas tensões e discordâncias com a hierarquia), tendem a ‘transferir’ para a instância do Provedor aquilo que com mais propriedade poderia, e deveria, ser resolvido no seio da própria redacção, com recurso aos mecanismos que lhe são específicos. Sabemos, contudo, que estes muitas vezes funcionam mal – ou não funcionam de todo. E sabemos também que, de facto, o insuficiente conhecimento que os leitores têm dos meandros de uma redacção (e das suas muito particulares relações de força e de poder) podem levar a juízos errados quando se trata de responsabilizar culpados ou de exigir contas. Não obstante, convém frisar que há importantes vantagens, como atrás vimos, em colocar o Provedor do Leitor (**do Leitor**, sublinhamos) no **ponto de vista próprio dos leitores**, ou seja, lendo o jornal enquanto produto acabado, tal como lhes chega às mãos, e independentemente dos constrangimentos ou condicionantes que afectaram a sua feitura. *A posteriori*, sim, é útil tentar perceber e descodificar as circunstâncias concretas que podem ajudar a compreender esta opção, aquela falha, aqueloutra insuficiência. E mais útil é que daí se retirem ensinamentos para que não se repitam as circunstâncias propiciadoras do erro. Mas será porventura excessivo – sob pena de grande frustração – tentar concentrar na instância do Provedor, uma de entre as muitas possíveis e desejáveis instâncias de auto-regulação das práticas jornalísticas, todas as esperanças de ultrapassagem dos problemas e tensões com que se debate uma redacção. Sem esquecer, naturalmente, que o próprio jornalista, individualmente considerado, tem a sua quota de responsabilidade no empenho pela procura de condições mais favoráveis à prática de um jornalismo ética e deontologicamente exigente, bem como na oposição a ordens que o ponham em causa.

Deixe-se, nesta breve amostragem das apreciações qualitativas recebidas, uma última nota quanto a outros motivos que podem explicar alguma ineficácia dos Provedores. Nalguns casos, eles são endossados para os próprios leitores:

“Os leitores reclamam pouco e mal”.

“Há mais cartas ao Director do que ao Provedor”.

Noutros casos, é a actuação concreta dos Provedores que se questiona:

“Dão opiniões demasiado académicas e que, como se sabe, são por vezes as mais desligadas da realidade”.

“Espero que os Provedores tenham uma escrita mais dinâmica, para que não se transformem em museus do antigamente”.

“São pouco conclusivos em algumas análises”.

“Acho que têm a ‘obsessão’ de ‘equilibrar’ as críticas”.

“A(s) experiência(s) em Portugal têm revelado que se trata de um ‘cargo’ que depende quase exclusivamente das características de quem o desempenha, faltando-lhe o poder de ‘instituição’”.

“Trazem poucos temas da actualidade ao debate, limitando-se muitas vezes a responder a leitores que levantam questões por vezes pouco estimulantes”.

“Podiam ser menos dependentes das ‘queixas’ dos leitores”.

Noutros, ainda, sobressai algum cepticismo quanto ao estatuto desta entidade e quanto às suas reais possibilidades de contribuir para a mudança:

“Na prática, os erros voltam a verificar-se. [O Provedor] pode ser sapiente mas é impotente”.

“É uma instituição sem poderes reais e algo retórica”.

“Um Provedor, para exercer a sua função com isenção, tinha que ter mais poderes dentro da própria estrutura do jornal, ser uma pessoa vinda de fora para evitar o compadrio entre ele, a direcção e a própria administração da empresa, ter mais espaço no jornal (...), estar atento às condições em que trabalham os jornalistas (...), chamar a atenção dos directores e administração (se possível até publicamente) de que o jornal não tem que viver única e exclusivamente em função da publicidade”.

“É um trabalho inconsequente. Existência sem consequência”.

“O que parece faltar à figura em causa é, por um lado, a ausência de poderes reais para influenciar/mudar o que houver a corrigir; por outro lado, uma mais completa informação junto do público sobre as suas competências e alcance da acção”.

Há, enfim, quem deixe dúvidas sobre a maior ou menor abertura e vontade dos responsáveis em levar à prática as sugestões ou recomendações do Provedor, sabido como é que ele não tem qualquer poder formal para as impor:

“Seria útil que entre as atribuições dos Provedores figurasse a de tomarem a iniciativa de dirigir recomendações às direcções dos jornais, e que as direcções tivessem a obrigação de as analisar e sobre elas deliberar”.

“É evidente que a existência de um Provedor é, de si, uma medida auto-reguladora, mas só se poderia falar de auto-regulação, em sentido forte, se a Direcção

assumisse tomar como boas, por princípio, as posições do Provedor e as levasse consequentemente à prática”.

Apesar do sentimento crítico de muitos dos comentários livremente acrescentados pelos inquiridos, também foram deixadas diversas notas positivas e favoráveis, sobretudo, no que respeita ao estímulo trazido por esta instância ao debate interno e à maior atenção às questões éticas e deontológicas:

“Considero que as empresas jornalísticas que contrataram provedores dos leitores não pretenderam ir além de uma operação de marketing. No entanto, graças à qualidade dos provedores contratados (...), tal operação tem ido felizmente mais longe”.

“[O Provedor] é uma forma de pensar em questões éticas que, no dia a dia, acabamos por negligenciar”.

“Tem pelo menos a vantagem de provocar o debate no interior da redacção”.

“Mesmo não lendo muitas vezes, apercebo-me de que nos motiva com frequência discussões profissionais”.

“Gera um debate na redacção, às vezes até difícil, mas sempre útil. Obriga à reflexão!”

“[Os Provedores] dão voz à consciência crítica dos leitores e fazem sentir aos jornalistas que nem sempre têm a última palavra”.

“Põem a nu algumas deficiências e atingem por vezes alguns dos ‘intocáveis’”.

“Estimulam as chefias a um maior grau de exigência”.

“O Provedor é o fiel da balança. O árbitro”.

“É um contraponto importante: alguém que nos faz ‘ler’ o jornal através dos ‘olhos’ do leitor...”.

“Contribuiu para atenuar a tendência corporativa dos jornalistas”.

São notas esparsas, individuais, sem a pretensão de generalizações tendencialmente abusivas, mas que ajudarão de algum modo a complementar e a densificar, em termos mais substanciais, o quadro desenhado pelas perspectivas quantitativas do inquérito.

6. Síntese conclusiva

Ao longo deste capítulo, debruçámo-nos especificamente sobre um dos mecanismos auto-reguladores dos *media*: o *news ombudsman*, que no nosso país assumiu a designação de Provedor do Leitor / do Ouvinte / do Telespectador. Trata-se de uma instância que funciona, em regra, junto de órgãos de comunicação concretos e que está vocacionada essencialmente para receber as críticas, queixas ou dúvidas dos respectivos auditórios relativamente a matérias informativas difundidas, analisando-as e produzindo sobre elas algum comentário público. Tem, assim, uma função de estímulo à ligação e troca entre os *media* e os seus públicos, que vai a par de uma função eminentemente pedagógica, decorrente do “magistério de influência” que exerce por força das apreciações críticas que vai fazendo – e que nem sempre se restringem aos casos particulares que lhe são endossados para análise.

Começámos por recordar as origens do *ombudsman*, cuja tradição, ainda relativamente recente, deu os primeiros passos na Suécia, e que só em meados do século XX chegou ao universo específico da comunicação social – mais especificamente da imprensa. Evocadas as primeiras experiências de um Provedor do Leitor num jornal americano do Kentucky, em 1967, recordámos a sua adopção por jornais portugueses, quase 30 anos depois, com a primazia curiosamente da responsabilidade de um periódico desportivo – o *Record*, em 1992 –, a que se seguiram, em 1997, o *Diário de Notícias* e o *Público*, e mais tarde, já em 2000, o *Jornal de Notícias*. No ano de 2006, foi a vez de esta instância ser adoptada igualmente pelo serviço público de radiodifusão, tendo nascido daí o Provedor do Ouvinte, da RDP, e o Provedor do Telespectador, da RTP.

A relativa novidade desta função, associada ao facto de se tratar de um cargo unipessoal (em que cada intérprete acaba por decidir, na prática, os caminhos que julga mais adequados ao seu exercício), torna difícil uma definição inequívoca, ou pelo menos generalizadamente partilhada. Daí que, conforme os casos, alguns entendam privilegiar assumidamente a interligação com os leitores e a gestão dos seus pedidos e queixas – a ponto de haver, aqui e ali, quem lhes aponte o perigo de se tornarem quase num gabinete de “relações públicas” da empresa –, enquanto outros se orientam mais para a ‘leitura’ analítica e crítica da realidade dos *media* – com o risco inverso de se transformarem em

especialistas de “mediologia”, mais ou menos à margem das demandas concretas (frequentemente consideradas ‘menores’) dos leitores.

Em todo o caso, do exercício efectivo da função em diferentes latitudes e com diversos entendimentos, parece ter-se sedimentado a ideia de que o Provedor acaba por ter alguma influência tanto para fora de portas (na medida em que torna públicos os resultados do seu trabalho) como para o interior da redacção (na medida em que também ali é lido e, sobretudo, ali confronta os profissionais com variados aspectos do seu trabalho, em particular no que ele tem a ver com questões éticas e deontológicas). Para além das funções mediadora e pedagógica que assume, ele dá corpo também, como sintetizou Mesquita (1999), a funções correctiva, persuasiva e dissuasiva – isto sem esquecer as funções simbólica e cívica, decorrentes da sua simples existência enquanto voz crítica do jornal nas páginas do próprio jornal, e enquanto voz potenciadora de uma mais qualificada capacidade de compreensão das realidades mediáticas por parte do público – e, por essa via, da sua maior capacidade de exercício da cidadania.

Instituição a um tempo “pública” (dado o serviço público que presta) e “privada” (dada a sua dependência da empresa que livremente o contrata e lhe remunera os serviços), o *news ombudsman* lida com uma situação nem sempre fácil, repartido que pode estar entre duas lealdades e, por outro lado, bastante limitado (por razões de estatuto) nas possibilidades de operar mudanças efectivas no local onde trabalha. Daí que tenhamos entendido passar em revista algumas das controvérsias que mais frequentemente rodeiam a análise desta figura, controvérsias que passam pela sua maior ou menor independência, pela sua autonomia, pela sensibilidade dos seus papéis, pelos seus poderes e pelo grau de utilidade e eficácia que dela se podem esperar. Entre outros pontos, sobressaíram a importância da personalidade concreta que é chamada a exercer o cargo para a imprescindível credibilidade (interna e externa) da função – credibilidade que é o “factor mais crítico” para a sua eficácia, como sublinham Starck & Eisele (1999: 47) –, a influência das culturas específicas de cada redacção concreta nos modos como lida com o Provedor, e a relativa ‘novidade’ que, em muitos casos, é ainda a abertura à auto-crítica por parte de um grupo profissional (os jornalistas) e de um colectivo muito peculiar (a empresa mediática) tradicionalmente relapsos a ela – quando não arrogantemente hostis.

No seguimento desta apresentação, passámos a uma segunda parte, na qual demos conta dos resultados de um inquérito de opinião conduzido junto de jornalistas de três diários portugueses de informação geral, tendo como objectivo essencial estudar as percepções que eles têm da figura do Provedor, os modos como a encaram, as vantagens

que lhe encontram, os problemas que lhe apontam, os enquadramentos alternativos que lhe propõem. À análise quantitativa dos elementos recolhidos foram acrescentadas algumas apreciações qualitativas, feitas livremente pelos respondentes, de modo a traçar o quadro mais completo possível das perspectivas dos jornalistas a este respeito. Foi possível constatar que há, da sua parte, uma posição globalmente favorável à existência e à actuação dos Provedores do Leitor, sem prejuízo de se apontarem também muitas falhas e imperfeições nas experiências concretas conhecidas – nuns casos, por força do desempenho particular das personalidades escolhidas para o cargo, noutros casos por força do próprio enquadramento institucional e estatutário desta função, que actua apenas *a posteriori* e que não dispõe de quaisquer poderes, além do “poder de influência e de palavra”, para levar a cabo eventuais mudanças no órgão de comunicação em que labora.

A análise mais detalhada dos resultados do inquérito permitiu, entretanto, constatar que as apreciações dos jornalistas nesta matéria parecem variar essencialmente em função de três variáveis: do jornal concreto em que trabalham (com o que isso significa de cultura de redacção própria, mas também de contacto com um Provedor específico), do mais ou menos alargado tempo de experiência na profissão (normalmente proporcional também à idade) e, finalmente, da sua categoria profissional formal (desempenho, ou não, de cargos de direcção e chefia).

* * * * *

~

7. Apêndice

(Reprodução da carta de apresentação e do inquérito enviado, em Junho de 2001, aos jornalistas do Público, do Jornal de Notícias e do Diário de Notícias)



UNIVERSIDADE DO MINHO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

(Joaquim Fidalgo)

Braga, 18 de Junho de 2001

Cara / caro jornalista:

As minhas saudações pessoais e profissionais.

No âmbito de alguma investigação que estou a desenvolver no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho (UM) — complementarmente ao meu trabalho como Provedor do Leitor do PÚBLICO —, desejava fazer um **inquérito de opinião** a **todos/as** jornalistas dos diários de informação geral onde existe actualmente a função de **Provedor(a) do Leitor**, e que são, como sabes, o “DIÁRIO DE NOTÍCIAS”, o “PÚBLICO” e o “JORNAL DE NOTÍCIAS”.

Interessa-me, basicamente, analisar como é que os jornalistas vêem esta figura auto-reguladora, como se relacionam com ela, que importância lhe atribuem, que críticas lhe fazem, que modelos defendem, etc., tudo com o propósito (que, estou certo, a todos nos importa) de tentar encontrar modos de melhorar a imprensa que temos, sobretudo nos domínios da ética e da deontologia.

Como compreenderás, um inquérito deste género só permitirá retirar conclusões significativas se se basear na resposta de **uma elevada percentagem** do universo dos inquiridos. Assim, permito-me apelar à tua colaboração activa, ciente de que o teu esforço e empenho contribuirão para uma reflexão interessante também no seio da nossa própria comunidade profissional, não se esgotando no âmbito mais académico da investigação.

Asseguro-te que o inquérito é totalmente **anónimo**, contendo apenas meia dúzia de **elementos genéricos** de identificação que permitam, depois, trabalhar as respostas por sub-grupos profissionais e encontrar eventuais diferenças de sensibilidade. Por outro lado, destina-se **exclusivamente** a este propósito de investigação académica e profissional. Os seus resultados serão, entretanto, divulgados junto dos inquiridos e, caso nisso se veja utilidade, no seio da comunidade profissional dos jornalistas.

Tentando facilitar o processo, envio junto um **envelope**, já devidamente **endereçado** e **selado**, para que te seja mais cómodo o envio do questionário preenchido. É só ocupar uns minutos a responder, dobrar e pôr no correio... Permite-me uma nota mais “familiar”: todos sabemos que estas coisas, se não resolvidas mais ou menos no imediato, tendem a ficar esquecidas no meio da tanta papelada que nos inunda as secretárias. Até por isso, **se pudesses responder já** e arrumar o assunto, ficava-te muito reconhecido e ajudavas imenso. Em todo o caso, precisaria de ter todas as respostas **até ao final da primeira quinzena de Julho**. Pode ser?

Grato pela tua compreensão e pela colaboração, com cumprimentos amigos, o

(Joaquim Fidalgo)

jfidalgo@ics.uminho.pt
jfidalgo@publico.pt

INQUÉRITO DE OPINIÃO AOS JORNALISTAS SOBRE A FIGURA DO PROVEDOR DO LEITOR

Jornal: _____

Data da resposta: _____ / _____
(mês) (ano)

ELEMENTOS GENÉRICOS DE IDENTIFICAÇÃO

A- Idade: Até 25 anos ☐ De 26 a 35 ☐ De 36 a 45 ☐ De 46 a 55 ☐ Mais de 55 ☐

B- Sexo: Feminino ☐
Masculino ☐

C- Formação académica GERAL: Ensino Secundário ☐
Ensino Superior incompleto ☐
Bacharelato ou equivalente ☐
Licenciatura ou equivalente ☐
Pós-graduação ou Mestrado ou Doutoramento ☐

Outro: _____

D- Formação académica ESPECÍFICA (caso tenha): Bacharelato em Com. Social ☐
Licenciatura em Com. Social ☐
Pós-graduação ou Mestrado ou Doutoramento em Com. Social ☐
Diploma por Escola Profissional de Com. Social ☐
Estudos de Com. Social incompletos ☐

Outro: _____

E- É jornalista profissional há: Menos de 5 anos ☐
Entre 5 e 10 anos ☐
Entre 11 e 15 anos ☐
Entre 16 e 20 anos ☐
Mais de 20 anos ☐

F- Tipo de experiência profissional: Sempre na imprensa escrita ☐
Também com passagem pela rádio e/ou TV ☐

G- Estatuto profissional actual: Colaborador permanente ☐
Estagiário ☐
Repórter /Redactor ☐
Editor / Coordenador de Secção (ou equivalente) ☐
Chefe / Subchefe de Redacção (ou equivalente) ☐
Membro da Direcção ☐

Outro: _____

SOBRE O PROVEDOR DO LEITOR

1- Costuma ler a coluna do Provedor do Leitor do SEU jornal? Sim, sempre ☐
Quase sempre ☐
De vez em quando ☐
Raramente ☐
Nunca ☐

2- Sobre o conteúdo dessa coluna, escolha a hipótese que mais se aproxima da sua opinião:
Normalmente concordo com o que ela diz ☐
Concordo grande parte das vezes ☐
Umas vezes concordo, outras vezes não concordo ☐
Grande parte das vezes não concordo ☐
Quase nunca concordo ☐

Se quiser, explique porquê: _____

3- Já alguma vez foi interpelado/a pelo Provedor a propósito de trabalhos publicados, e nos quais tenha tido algum tipo de intervenção? Sim ☐
Não ☐

CASO TENHA RESPONDIDO "SIM" À PERGUNTA ANTERIOR:

4- Respondeu ao Provedor: Oralmente ☐
Por escrito ☐

5- O Provedor deu-lhe razão a si ou ao leitor: A mim ☐
Ao leitor ☐
Em parte a um, em parte a outro ☐
Já houve situações bastante diversas ☐

6- Consideraria que, no conjunto dos seus casos concretos analisados pelo Provedor, o "juízo" por ele feito foi de um modo geral:
Correcto ☐
Discutível, pelo menos ☐
Incorrecto ☐
Não sabe / não responde (NS/NR) ☐

7- Concorda com a existência de um Provedor do Leitor NO SEU jornal? Sim ☐
Não ☐
NS/NR ☐

8- Defende a existência de Provedores do Leitor na IMPRENSA portuguesa?
Sim ☐
Só em determinado tipo de jornais ☐
Não ☐
NS/NR ☐

Se quiser, explique porquê: _____

9- Defende a existência de "Provedores do Espectador" na TELEVISÃO?

Sim ☐

Não ☐

NS/NR ☐

Se quiser, explique porquê: _____

10- Face à experiência NO SEU PRÓPRIO JORNAL, diria que a existência de um Provedor do Leitor se tem revelado:

Muito útil ☐

Útil ☐

Pouco útil ☐

Inútil ☐

Até perniciososa ☐

NS/NR ☐

Se quiser, explique porquê: _____

11- Considerando a existência de Provedores do Leitor EM DIVERSOS JORNAIS portugueses, diria que a sua existência GERICAMENTE se tem revelado:

Muito útil ☐

Útil ☐

Pouco útil ☐

Inútil ☐

Até perniciososa ☐

NS/NR ☐

Se quiser, explique porquê: _____

CASO TENHA CONSIDERADO "ALGUMA UTILIDADE" NESTA FIGURA:

12- Considera que essa utilidade é MAIS NOTÓRIA:

• Escolha até TRÊS hipóteses, numerando-as de 1 (MAIS importante) a 3 (MENOS importante)

Para os leitores ☐

Para os jornalistas ☐

Para a Direcção dos jornais ☐

Para a imagem da empresa ☐

Para o público em geral ☐

Outra: _____ ☐

13- Face à experiência DO SEU JORNAL CONCRETO, considera que o trabalho do Provedor do Leitor se tem mostrado:

Muito eficaz ☐

Eficaz ☐

Pouco eficaz ☐

Nada eficaz ☐

NS/NR ☐

Se quiser, explique porquê: _____

a) CASO TENHA ADMITIDO "**ALGUMA EFICÁCIA**" neste trabalho:

14-

Entende que essa eficácia se traduz sobretudo em:

• Escolha até TRÊS hipóteses, numerando-as de 1 (MAIS importante) a 3 (MENOS importante)

Alterações concretas no jornal ☐Maior abertura e transparência face aos leitores ☐Maior atenção dos jornalistas nas suas rotinas diárias ☐Maior debate interno sobre os problemas de feitura do jornal ☐Maior estímulo ao debate público sobre questões do jornalismo ☐Melhoria da imagem do jornal/ da empresa ☐Outra: ☐b) CASO TENHA ADMITIDO "**POUCA/NENHUMA EFICÁCIA**" neste trabalho:

15-

Entende que essa falta de eficácia se deve sobretudo ao facto de:

• Escolha até TRÊS hipóteses, numerando-as de 1 (MAIS importante) a 3 (MENOS importante)

O Provedor não ter poderes reais para provocar mudanças ☐Os responsáveis do jornal não ligarem às suas recomendações ☐A coluna do Provedor ser pouco ou nada lida no jornal ☐Não se reconhecer competência/ autoridade profissional ao Provedor ☐As rotinas instaladas no jornal serem muito fortes ☐As questões éticas não se adequarem bem à "lógica de mercado" ☐Outra: ☐

16- Considera que, POR REGRA, o Provedor deveria ser uma pessoa:

Oriunda dos quadros da "casa" ☐Vinda de fora da empresa ☐NS/NR ☐

Se quiser, explique porquê: _____

17- Entende que, POR REGRA, o Provedor deveria ser:

Um antigo jornalista ☐Uma pessoa com algum tipo de experiência jornalística ☐Uma pessoa totalmente exterior ao grupo profissional dos jornalistas ☐NS/NR ☐

Se quiser, explique porquê: _____

18- Acha que o Provedor do Leitor deve escrever uma coluna pública ou que devia fazer circular as suas críticas só "dentro da casa"?

Deve escrever uma coluna pública ☐Devia fazer as críticas só dentro do jornal ☐Depende dos casos em análise ☐NS/NR ☐

Se quiser, explique porquê: _____

19- Quando aborda casos envolvendo jornalistas concretos, entende que o Provedor deve citar os seus nomes no jornal?

Sim ☐

Não ☐

Depende dos casos em análise ☐

NS/NR ☐

20- Como definiria, no essencial e em termos genéricos, a figura do Provedor do Leitor?

• Escolha até TRÊS hipóteses, numerando-as de 1 (MAIS importante) a 3 (MENOS importante)

É um instrumento de "marketing" ou de "cosmética" das empresas ☐

É um serviço de "relações públicas" para com os leitores ☐

É uma forma de os jornais "darem tiros no próprio pé" ☐

É um bom elo de ligação entre o jornal e os seus leitores ☐

É uma interessante instância de reflexão para os jornalistas da casa ☐

É um útil instrumento de auto-regulação da actividade jornalística ☐

Outra(s):

21- Dos contactos que tem com pessoas exteriores ao jornalismo, fica-lhe a ideia de que os leitores DO SEU JORNAL:

Sabem da existência de um Provedor do Leitor ☐

Não sabem da existência de um Provedor do Leitor ☐

NS/NR ☐

22- Quanto às pessoas que SABEM da existência de um Provedor, julga que elas:

Conhecem razoavelmente o seu papel e função ☐

Não conhecem suficientemente o seu papel e função ☐

NS/NR ☐

23- De entre os vários instrumentos possíveis de regulação do jornalismo, que importância atribuiria aos seguintes (existentes ou possíveis)?

	Muito importante	Importante	Pouco importante	Sou contra
Provedores do Leitor/ Espectador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conselho Técnico e Deontológico do Sindicato dos Jornalistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alta Autoridade para a Comunicação Social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conselhos de Redacção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conselho de Imprensa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ordem dos Jornalistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conselho/ Código Ético das Empresas Jornalísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Associações de Leitores/ Espectadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outra(s): <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Conclusão

“Algo mais que jornalistas” – eis o título de uma importante obra de Félix Ortega e Maria Luisa Humanes (2000) dedicado ao estudo da “sociologia de uma profissão”. Nele, os autores perguntam-se se não tem sido um erro “pensar no jornalismo como se se tratasse apenas de uma profissão mais”; pela sua parte, preferiram canalizar esforços para procurar “desentranhar o significado de uma actividade que, sendo sem dúvida uma profissão, é bastantes mais coisas do que uma mera profissão”. Afirmando a necessidade de considerar, neste labor, os três factores que mais concorrem para ajudar a uma “explicação racional” do jornalismo – a **história** da profissão, as **biografias** dos actores nela implicados e a **estrutura** da sociedade dentro da qual, e com a qual, actuam –, os autores reforçam a sua ideia de partida:

O jornalismo actual é pouco compreensível se não se levar na devida conta a polifacetada trama de acções e funções que ele põe em jogo através dos processos de produção de notícias (Ortega & Humanes, 2000: 9).

Ao chegarmos ao momento final deste trabalho, constatar-se-á que não podemos (ou não queremos) responder, de modo inequívoco e taxativo, à questão sobre se o jornalismo é ou não é **uma profissão**, no sentido tradicional do termo desenhado, à luz das lógicas funcionalistas, segundo o ideal-tipo das profissões ‘estabelecidas’. Em boa verdade, não é essa a questão que mais interessa, como procurámos defender logo no Capítulo I, pois ela não nos diz muito sobre o que o jornalismo foi e é, ou pretende ser, no contexto do todo social com que constantemente interage. Mais relevante e mais operativa é a questão de saber que tipo de profissão é o jornalismo ou, acima de tudo, **como** é que o jornalismo foi / vai tentando “**fazer-se como profissão**” e os jornalistas foram / vão tentando “**fazer-se como profissionais**”. Esta perspectiva, tributária das abordagens interaccionistas e ligada também às correntes neo-weberianas, ou do “paradigma do poder”, que vivificaram o estudo da sociologia das profissões nas últimas décadas do século XX, enfatiza mais os processos do que os resultados, e permite-nos, com isso, situar o problema nos termos que julgamos mais adequados. Ou seja, torna evidente que o **processo de profissionalização dos jornalistas** – porque disso essencialmente se tratou

neste trabalho – foi e é um processo longo, complexo e instável de tensões, de conflitos, de negociações, de interações, tanto no seio do grupo profissional (que é tudo menos homogêneo) como nas relações entre ele e outros grupos, actores e instituições sociais (num jogo de influências que corre em ambos os sentidos).

1.

O processo de construção da profissão de jornalista, tal como procurámos dissecá-lo e compreendê-lo ao longo destas páginas, é isso mesmo: uma **construção**, e uma construção permanentemente **situada** e **datada**. Tal não significa retirar-lhe substância ou valor, ou sequer relegá-la para o plano das elaborações meramente artificiais. Significa, sim, entendê-la como um produto simultaneamente daquilo que os jornalistas, enquanto actores sociais, quiseram que ela fosse, e daquilo que as estruturas e sistemas sociais com que eles interagem permitiram que ela fosse. E tudo isso ao longo de quase dois séculos (tomando como ponto de partida a passagem da imprensa a uma actividade industrial e de difusão massiva), em cenários razoavelmente diversos (sobretudo o anglo-americano, de um lado, e o europeu continental, de outro), numa sequência que está longe de terminar e, pelo contrário, prossegue dinamicamente ainda hoje, no confronto com alguns velhos e outros novos desafios.

Tendo presentes os ensinamentos de Anthony Giddens, no âmbito da sua “teoria da estruturação”, sobre a vantagem de ultrapassar a dualidade entre “estrutura” e “acção” – reconhecendo que “*construímos e reconstruímos* activamente a estrutura social no decurso das nossas actividades diárias” (Giddens, 1989/2000: 673, realces do autor) e que, por outro lado, “a estrutura tanto capacita como constrange” (Giddens, 1979/2000: 43) –, estaremos em posição de compreender melhor como é que os jornalistas foram lidando com as contradições e ambiguidades de um estatuto muito peculiar até obterem o reconhecimento social e institucional de que hoje, com mais ou menos controvérsias, apesar de tudo desfrutam. Fizeram-no com avanços e com recuos: aqui aproximando-se quanto possível do modelo ideal-típico das profissões desenhado segundo a perspectiva funcionalista dos ‘traços’ ou atributos, ali afastando-se desse modelo pela invocação de especificidades que aconselhariam um tratamento diferenciado; aqui definindo com rigor as fronteiras de um território cujo acesso e gestão queriam controlar em exclusivo, ali deixando fluidos os limites e dúcteis as regras para o exercício legítimo do *métier*; aqui

empenhando-se na obtenção de ‘marcas’ que formal e institucionalmente conferissem à sua actividade os “galões” associados ao profissionalismo, ali preferindo os terrenos menos comprometidos do discurso e de uma retórica que, mais no plano do simbólico do que do real, tentavam afirmar uma legitimidade nem sempre levada às últimas consequências. E fizeram-no, sem dúvida, em articulação clara com os tempos político, social e cultural em que se situaram, dando plena tradução à ideia de Giddens de que “[t]odo o processo de acção corresponde à produção de algo novo, mas, ao mesmo tempo, toda a acção apenas existe na continuidade com o passado, o qual fornece os meios para que aquela se inicie” (*ibid.*: 44). Ou seja, “as práticas sociais são sempre actividades *situadas*” (*ibid.*: 12, realce do autor).

Entender o processo de construção de uma profissão – com o que tal significa de diferenciação e desejo de autonomia, de reivindicação de um certo estatuto social, de invocação de um conjunto de valores e regras de conduta, de controlo sobre um segmento fechado do mercado de trabalho, de exercício de um poder justificado pela posse de um saber *expert* – como um processo de tensões, conflitos e negociações, tanto internas como externas, aproxima-nos, entretanto, da “teoria dos campos” de Pierre Bourdieu (1984; 1997; 2005; cf. também Benson & Neveu, 2005a). Nos seus estudos sobre os *media* e o jornalismo, ele prefere falar não tanto dos jornalistas ou das suas eventuais responsabilidades individuais, mas sim do “campo jornalístico” – como todos os outros campos, um “espaço social estruturado”, um “campo de forças que é também um campo de lutas”, um “microcosmo que tem as suas leis próprias” e que é definido “pela sua posição no mundo global, e pelas atracções e repulsões que sofre da parte dos outros microcosmos” (Bourdieu, 1997: 39-41).

É tentando perceber as estruturas e mecanismos que operam no seio desse campo vasto e complexo, bem como os modos como ele permanentemente interage (enquanto sujeito e enquanto objecto) com os demais campos sociais – em particular o político, o económico e o cultural – que melhor se entende também o acidentado percurso de profissionalização feito pelo grupo ocupacional dos jornalistas desde que a actividade de informação pública se autonomizou enquanto actividade própria e com valor de mercado. Para as contradições e ambiguidades desse percurso, que julgamos ter deixado bem evidenciadas neste trabalho, concorreram não só as complexas relações de poder do campo

jornalístico com outros campos¹, mas também as substanciais diferenças e divisões entre sub-grupos que sempre atravessaram, até hoje, o interior do próprio campo – desde logo, a distância entre uma espécie de “elite dos jornalistas” (Rieffel, 2003; Wolton, 2003), autora do discurso dominante desejado e protagonista dos palcos públicos, e um vasto conjunto de profissionais sobretudo ‘proletarizados’. E se, como insiste Bourdieu, a acção humana é essencialmente estruturada pelas relações de poder que se estabelecem entre os diferentes campos e dentro deles – pois tudo o que é “real” é “relacional” –, a construção, trajectória histórica e transformação continuada do campo jornalístico constituem um exemplo particularmente elucidativo disso mesmo.

2.

A relevância destas questões vai muito para além do âmbito mais restrito do grupo profissional dos jornalistas (ou até do conjunto de actores que com eles configuram e moldam o campo jornalístico) por causa da enorme importância que a comunicação mediática assumiu nas sociedades modernas. Até por isso, parece aconselhável “situar o jornalismo no seu contexto sistémico mais vasto”, indo além de análises exclusivamente ‘media-centradas’ em que por vezes se cai e que podem ocultar, ou subvalorizar, aspectos essenciais para a sua real compreensão (Benson & Neveu, 2005b: 18). Mas a perspectiva inversa não é menos verdadeira. De facto, como escreveu John B. Thompson logo no início do seu célebre *The Media and Modernity*, só podemos entender as transformações culturais associadas ao nascimento e à evolução das sociedades modernas se conferirmos “um papel central” ao desenvolvimento da comunicação mediática e “ao seu impacto” (Thompson, 1995: vi). Ora isso implica, desde logo, ver um pouco mais longe do que é habitual, como ele próprio avisa:

¹ Bourdieu sublinha que cada campo é sempre estruturado em torno da oposição entre dois pólos: o pólo “heterónimo”, representando forças externas ao campo (primariamente económicas) e o pólo “autónimo”, representando o capital específico que é típico e exclusivo daquele campo (Benson & Neveu, 2005b: 4). Especificamente quanto ao campo jornalístico, considera que ele “é crescentemente heterónimo, ou seja, crescentemente sujeito aos constrangimentos da economia e da política”, e que “cada vez mais vem impondo constrangimentos a todos os outros campos, particularmente os campos da produção cultural como o campo das ciências sociais, filosofia, etc., e o campo político” (Bourdieu, 1997: 41). E o facto de se tratar de um campo que tem também um importante papel mediador relativamente aos outros acrescenta-lhe responsabilidade: tornando-se mais permeável aos meros interesses comerciais, e portanto mais próximo do campo económico, de algum modo contribui para desequilibrar o todo social em favor dessa lógica económica e comercial.

Só podemos compreender o impacto social do desenvolvimento de novas redes de comunicação e de fluxos de informação se deixarmos de lado a ideia, plausivelmente intuitiva, de que a comunicação mediática serve apenas para transmitir informação e conteúdo simbólico a indivíduos cujas relações com os outros se mantêm inalteradas no essencial. Em vez disso, temos de ver que o uso dos *media* comunicativos envolve a criação de novas formas de acção e de interacção no mundo social, novos tipos de relacionamento social e novos modos de nos relacionarmos tanto com os outros como connosco próprios (Thompson, 1995: 4).

Esta criação de “novas formas de acção e de interacção”, num contexto onde a própria organização do espaço e do tempo se alteram e que, por isso, tem implicações bastante diferentes das da comunicação face-a-face, opera-se essencialmente através da produção e troca de “informação e de conteúdos simbólicos”, que leva a que os seres humanos, na pluralidade de modos como os recebem, “fabriquem redes de sentido para si próprios”². E convirá não esquecer os dois aspectos envolvidos: interessa o “conteúdo simbólico” das mensagens mediáticas, mas interessa igualmente “a complexa teia de condições sociais que subjazem tanto à produção como à circulação dessas mensagens” (*ibid.*: 11) e, naturalmente, à sua recepção.

Se a comunicação é acção e interacção, a comunicação mediática é-o de uma forma particular. Não se trata, aqui, de uma “interacção face-a-face”, característica dos contextos de co-presença e, por isso, dialógica, orientada para “outros” específicos, além de mobilizadora de uma multiplicidade de “chaves” simbólicas comuns que facilitam a compreensão – gestos, inflexões de voz, expressões faciais, etc. Não se trata também de uma “interacção mediada” tradicional, presente numa conversa telefónica ou numa troca de cartas escritas (agora já num contexto de distância espacial ou temporal, mas ainda assim dialógica, igualmente orientada para “outros” concretos e facilitada por algumas “chaves” simbólicas partilhadas pelos dois interlocutores). Trata-se, no caso da comunicação feita através dos *mass media*, daquilo a que Thompson (1995: 82-83) chama “**quase-interacção mediada**” e que tem duas características relevantes que a distinguem das formas anteriores: é monológica e não dialógica (embora alguns dos novos *media*, sobretudo graças às novas possibilidades tecnológicas, possam vir a alterar um pouco esse estado de coisas), e é orientada para um vasto conjunto de “outros” indefinidos, que serão os seus potenciais receptores. Não tendo o grau de reciprocidade e de especificidade inter-pessoal das formas anteriores, é, apesar de tudo, uma forma de interacção, pois advém de

² Recordemos a definição de James Carey de comunicação como “um processo simbólico mediante o qual a realidade é produzida, mantida, reparada e transformada” (Carey, 1989: 23).

uma situação social estruturada em que “indivíduos são postos em ligação por um processo de comunicação e troca simbólica” (*ibidem*). E é uma forma que, consabidamente, conquistou uma enorme centralidade das sociedades contemporâneas, onde a vida social é, toda ela, cada vez menos feita de formas de interacção “face-a-face” – ou seja, onde a aquisição de informação e do sentido que se atribui à realidade envolvente nos chega cada vez menos por via das pessoas concretas com quem interagimos no dia-a-dia. O que não deixa, obviamente, de ter influência nos modos como percebemos essa realidade e nos relacionamos com ela – e nos relacionamos connosco próprios.

Sendo acção e interacção, não é menos verdade que a comunicação é uma forma de **poder**. Mas também aqui uma forma de poder específica: seguindo a tipologia proposta ainda por Thompson (*ibid.*: 16-17), não se trata tanto de poder **económico** (cujas “instituições paradigmáticas” são as empresas e cujos meios são os recursos financeiros), de poder **político** (basicamente associado ao Estado e aos meios de autoridade), ou de poder **coercivo** (associado às instituições militares, policiais e judiciais, e cujo recurso é a força). Trata-se de poder **simbólico**, um poder assente em ‘capital cultural’, que usa como meios precisamente a informação e a comunicação e que decorre de instituições como a igreja, a escola e, hoje mais do que nunca, as indústrias de *media*. Ora, se as empresas mediáticas são das mais destacadas “instituições paradigmáticas” do exercício de poder simbólico, têm nele uma parte muito importante aqueles a quem, a partir dessas empresas, essencialmente cabe a “produção do simbólico” depois difundido – ou seja, os jornalistas.

3.

“Algo mais que jornalistas”, dizíamos. A actividade de produzir e difundir informação está longe de ser uma mera transmissão informe de dados; ela também produz conhecimento, uma forma particular de conhecimento (como vimos no Capítulo III) que desempenha um papel essencial na relação que as pessoas estabelecem com o mundo e entre elas próprias, e consigo mesmas. Deve ser realçado, de resto, que “produzir e difundir conhecimento converteu-se numa actividade extremamente valiosa, tanto economicamente como política e socialmente” (Ortega & Humanes, 2000: 16)

Este tipo de conhecimento proveniente dos meios de comunicação é tanto mais importante nas sociedades contemporâneas quanto tem um papel decisivo não só na **atribuição de sentido** à realidade circundante como também na **vinculação social** que

opera – com isso se substituindo a outros instrumentos ou instituições de vinculação que foram perdendo a sua importância, como a tradição ou os mitos. Há, sem dúvida, novos “mitos” (e estereótipos) criados e disseminados pelo jornalismo, havendo mesmo quem os considere “o produto cultural mais destacado do universo informativo” (*ibid.*: 20), na medida em que contribuem para a construção do ‘fundo’ simbólico comum que dá sentido de pertença às comunidades agora ligadas por novos meios – por novos *media*. E se, hoje em dia, as formas de saber que regulam a nossa vida quotidiana provêm ainda, em alguma medida, das nossas **experiências** individuais concretas, elas provêm cada vez mais dessa espécie de “**sentido comum**” que nos é proporcionado pela comunicação mediática – um “sentido comum” que é mistura de conhecimentos, regras, hábitos, convicções, que tem uma natureza profundamente social (pois é vastamente partilhado) e que de algum modo “nos permite afrontar a existência a partir de uma posição de maior segurança e comodidade” (*ibid.*: 24). Fazendo-nos “participantes de um mesmo mundo”, a comunicação mediática cria um novo espaço cultural com características próprias, como dizem Ortega & Humanes (*ibid.*: 25):

É um espaço em que o que se partilha não são tanto os conteúdos das crenças [difundidas], mas a certeza que têm uns públicos cada vez mais amplos de ter à sua disposição os mesmos horizontes de referência.

Quem produz estas formas de conhecimento, quem produz este sentido partilhado, quem constrói esta espécie particular de “cimento” social são, afinal, os jornalistas, global e institucionalmente considerados – e que parecem, assim, preencher nas sociedades contemporâneas um papel muito próximo do anteriormente desempenhado pelos **intelectuais**³. Fazem-no directamente, enquanto criadores e transmissores de cultura (de uma certa forma de cultura), e fazem-no indirectamente, pela posição privilegiada que ocupam tanto no controlo do acesso aos debates no espaço público como na definição das ‘regras’ particulares por que se pautam esses debates. Este sempre foi, aliás, um ponto insistentemente referido por Bourdieu, muito crítico do modo como a lógica mediática (ela mesma crescentemente ‘hegemonizada’ pelo seu pólo ‘comercial’) se impõe hoje de modo redutor ao trabalho dos intelectuais e às escassas possibilidades de difundirem e debaterem publicamente a sua ciência de acordo com critérios outros que os do espectáculo, do

³ “Entre tradição, intelectuais e jornalistas há uma continuidade histórica e cognitiva”, dizem Ortega & Humanes (2000: 62), explicando: “Histórica, porque são três formas de dotar a sociedade de sentido. Cognitiva, porque das suas práticas derivou o ‘sentido comum’ posto à disposição de cada sociedade para dar o mundo por adquirido, para tornar compreensível tudo o que de misterioso, oculto e ilógico tem a natureza humana”.

entretenimento ou do vedetismo. E se o “**poder de falar**” que têm os próprios jornalistas – enquanto “novos intelectuais” destes novos tempos – é um poder nada desprezível, não o é menos uma espécie de poder de *gate-keeping* por eles exercido também neste campo específico: o **poder de “dar a fala”** a quem, de entre os “velhos intelectuais”, se entende seleccionar, e – muito importante – nos termos e nas condições em que se entende dever conduzir essa fala. Os termos e as condições de uma particular lógica mediática, inserida num contexto de “indústria cultural de massas” que garante actualmente o alicerce económico e institucional ao exercício do jornalismo.

4.

“Algo mais que jornalistas”, portanto. E algo mais também no lugar que, globalmente, ocupam no processo de formação da opinião pública, em consequência do que aqui se disse. Atente-se na síntese proposta por Ortega & Humanes (*ibid.*: 51):

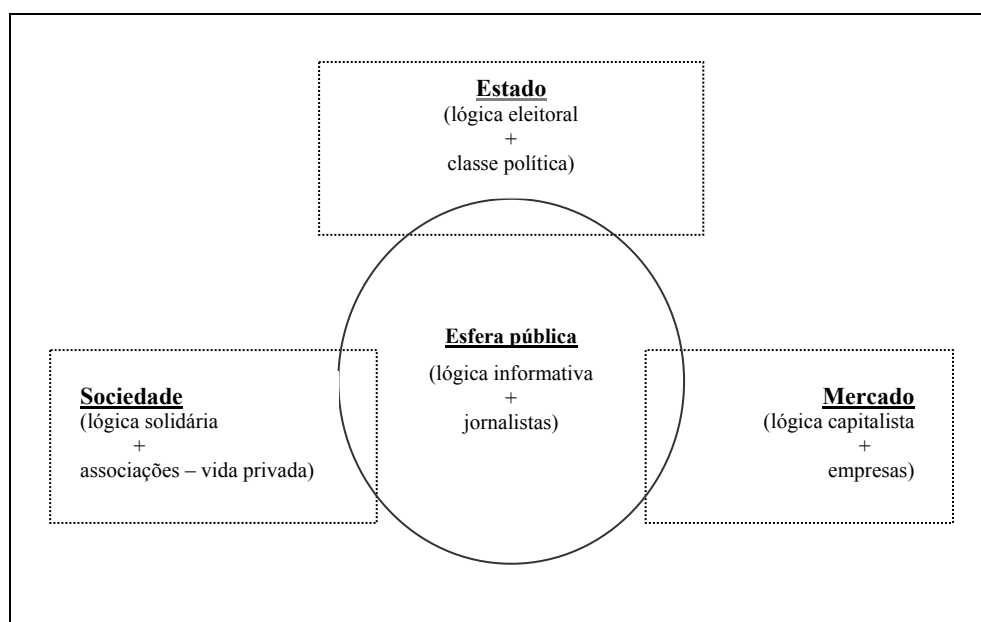
A razão principal do poder e da influência dos jornalistas radica na sua capacidade para definir a realidade, para a construir a partir das representações que dela fazem. Como produtores de informação e conhecimento, como os intelectuais da nossa época, são criadores de realidade. E configuram-na, conferindo-lhe uma dimensão pública (...) Daí o papel central que desempenham na denominada esfera pública. Não são os únicos que estão nela, mas são os que têm a capacidade e a prioridade no momento de estabelecer os seus limites e conteúdos.

A comunicação mediática tornou-se, de facto, no cenário privilegiado do debate público (não deixa de ser curioso que isso ocorra essencialmente pela acção e papel de empresas *privadas*, como são genericamente as empresas de comunicação social...), assumindo um lugar central no contexto mais vasto da chamada sociedade civil.

Como sugere o gráfico da página seguinte, a esfera pública moldada pela comunicação mediática, tendo um lugar central no conjunto (e logo daí o seu poder)⁴, não deve ser entendida como um espaço separado das restantes componentes integrantes da “sociedade civil”, muito menos alheado delas. Ela é, de algum modo, a “conjunção de influências recíprocas” das outras componentes; é um espaço em parte sobreposto aos demais “e que lhes permite entrar em relação” uns com os outros, “tornando viável não só a comunicação entre eles, mas também a interpenetração e a circulação de interesses valores e normas” (Ortega & Humanes, 2000: 52).

⁴ Como dizem Benson & Neveu (2005: 6), invocando Bourdieu, “as transformações no campo jornalístico interessam (...) precisamente por causa da posição central do campo jornalístico no campo mais vasto do poder”.

A sociedade civil



Adaptado de Ortega & Humanes (2000: 53)

Sendo um lugar central, é também um lugar de mediação e de inter-relação; sendo um espaço próprio, é também um espaço que é parte dos outros três. Diferentemente destes, o espaço da esfera pública “não tem uma ancoragem clara e definida num âmbito diferenciado”, pois participa do “entramado institucional” dos restantes – o do Estado, o do Mercado, o da Sociedade –, o que, pelo menos em teoria, lhe permite “maior autonomia e mobilidade dentro da sociedade civil” (*ibid.*: 53).

Sabemos que este esquema ideal não tem uma correspondência exacta com o que vemos passar-se à nossa volta (designadamente no que se reporta à preponderância relativa dos pólos **Estado** e **Mercado** sobre a esfera pública ‘desenhada’ pela comunicação mediática, bem como à tradicional desvalorização do pólo **Sociedade**, que só nos últimos anos tem vindo a receber alguma da atenção que lhe é devida), mas ele ajuda, porventura, a situarmos de modo bastante claro o papel de charneira reservado aos *media* e aos jornalistas. E a compreender melhor, por isso, as responsabilidades que podem ou devem ser-lhes exigidas – em termos profissionais, empresariais e sociais – face ao enorme poder de que acabam por ser depositários.

Embora seja um poder que os jornalistas frequentemente negam ou recusam (aqui e além insistindo, com diversas formulações, em que são “nada mais que jornalistas” e furtando-se, assim, a outras exigências de prestação de contas), é um poder real, este dos *media*. Mas também um poder com as suas especificidades, por relação com os outros poderes – e desde logo o político – com que tende a ser comparado, por exemplo quando se lhe afixa o epíteto antigo de “quarto poder” (outros, hoje, prefeririam “primeiro poder”).

Mais do que exercido num plano semelhante ao dos outros, é um poder tipicamente transversal, que em alguma medida interfere com todos os demais.

Mais do que poder assente numa autoridade estabelecida em função de capital político ou de capital financeiro, é um poder baseado em capital cultural e essencialmente ideológico – entendido o ideológico não numa componente estritamente política, mas numa componente simbólica, ligada a visões do mundo, significados, normas e rituais, e portanto com uma incidência moral associada a uma função de coesão social⁵.

É ainda um poder não institucionalizado e que revela, até, uma faceta algo contraditória, no que toca ao protagonismo relativo dos jornalistas: se eles são, teoricamente, os “produtores de conhecimento e de sentido”, com isso se tornando parte integrante deste poder, o certo é que o fazem num contexto de dependência empresarial / laboral que não pode deixar de condicionar esse exercício⁶.

Vimos detalhadamente, ao longo deste trabalho, como sempre foi difícil aos jornalistas conjugar equilibradamente esta vontade e necessidade de autonomia no trabalho, típica do “poder profissional”, com a relação de dependência (formal e real) a que está submetido um trabalhador assalariado ao serviço de uma empresa capitalista. E se essa foi uma das dificuldades maiores do seu processo de profissionalização, em particular no que toca aos mecanismos institucionais, não é menos verdade que ela não impediu total e absolutamente a afirmação, junto da sociedade, de uma identidade profissional

⁵ Esta função de natureza moral, que acresce à função de natureza cultural dos jornalistas, deve ser entendida “não exclusiva nem primariamente no sentido de provocar adesões cognitivas e volitivas a um determinado credo ideológico”, mas antes no de “intervir na sociedade modificando, numa determinada direcção, a conduta das pessoas” (Ortega & Humanes, 2000: 211).

⁶ Não falta, aliás, quem assinala o aparente paradoxo de os jornalistas terem hoje, aparentemente, menos poder que nunca, quando em contrapartida a comunicação mediática parece poderosa como jamais no passado (Wolton, 2003). Assim o sintetizam, por exemplo, Charon & Mercier (2003: 24): “No próprio seio das empresas de *media* e nas suas relações com os diversos intervenientes no processo de criação da informação, o que mais sobressai não é a iniciativa dos jornalistas mas, pelo contrário, a sua situação de crescente desapossamento, face à prevalência das lógicas de comunicação e das lógicas económicas. (...) No momento em que por todo o lado se proclama o poderio irresistível dos *media*, os jornalistas, embora mais numerosos e mais bem formados, parecem, pelo contrário, ter perdido o controlo da sua actividade e a capacidade de influência própria”.

razoavelmente definida (pelo menos no plano do discurso e da ‘representação de si’ difundida para o exterior) e o consequente prestígio associado a um reconhecimento e uma legitimação sociais. Embora este seja um processo que ainda continua.

É aqui, de resto, que acaba por ter de entrar em consideração o segundo prato da balança: o das responsabilidades que se associam necessariamente ao exercício de um poder, mesmo um poder transversal, difuso, não-institucional, como é o dos jornalistas – um **poder de influência**, afinal, com incidência importante em todas as esferas da vida social. Recusar essas responsabilidades, com base na suposta negação do poder que as reclama, equivaleria a os profissionais considerarem-se, se assim se pode dizer, “algo menos que jornalistas” – ou seja, meros artífices de ‘notícias’ por outros escolhidas e por outros difundidas, meros transmissores de mensagens por outros produzidas, meros “espelhos” de realidades que lhes são alheias e estranhas. Mas os jornalistas são mais do que isso – aliás, só assim se percebe que se tenham empenhado como se empenharam, ao longo de décadas, num tão difícil e exigente processo de afirmação e legitimação profissional, segundo os requerimentos próprios do profissionalismo. E hoje não é menor o desafio de que se faça “bom jornalismo”, constituído essencialmente por “informação veraz, um tratamento da informação distanciado dos circuitos de interesses e das fontes, e um comportamento ético” (López, 2001: 215). Para o que contribuirá a continuação dos esforços feitos desde os primeiros tempos da profissionalização (e ainda inacabados) em três domínios-chave: “formação, organização profissional e auto-regulação” (*ibid.*: 211).

5.

No meio de todas as perspectivas e controvérsias, pelo menos dois elementos nucleares são associados por regra à reivindicação de um estatuto ocupacional como estatuto autenticamente profissional: uma exigência **ética** (ligada a uma perspectiva de prestação de um serviço público relevante, respeitadora das pessoas a quem se dirige, e traduzida num conjunto de princípios e regras de conduta ou normas deontológicas voluntariamente assumidas e auto-reguladas) e um **saber** próprio (mais ou menos esotérico, mais ou menos formalizado, mais ou menos credencializado, mas um saber especializado, e que se deve dominar de modo competente).

Percorremos um e outro com detalhe, ao longo deste trabalho. E, do modo como os fomos interpretando e explicitando, emergiu a convicção de que, no caso muito próprio da

actividade e da história dos jornalistas, a questão ética adquire uma centralidade particular. Sendo embora uma das componentes mais insistentemente proclamadas pelo grupo desde que ganhou forma a sua vontade de se empenhar num processo de profissionalização – ou no chamado “projecto profissional”, tal como caracterizado por Larson (1977) –, pode dizer-se que se manteve sempre incompleta, ora ficando-se pelo enunciado retórico de vontades sem efectiva tradução prática, ora perdendo-se no meio das dificuldades e contradições de um colectivo aqui e além prisioneiro de vícios corporativos e, por isso, pouco capaz de se disciplinar e auto-regular de modo transparente e consequente. O certo é que as insuficiências neste domínio dificultaram uma efectiva afirmação profissional dos jornalistas (se não nos planos legal e institucional, certamente no plano social), contribuindo para a erosão da sua credibilidade global junto do público e minando perigosamente os pressupostos em que assenta a sua legitimidade: precisamente, pressupostos de confiança, de serviço à comunidade, de rigor e respeito pelos direitos alheios, de escrupulo ético. E isso, só por si, justificaria a urgência de uma nova ênfase neste domínio, traduzida em mecanismos e instrumentos reais de vigilância, abertura e auto-disciplina, como condição indispensável para prosseguir um caminho de profissionalização ainda em curso – com isso reforçando também um núcleo identitário que permanece frágil e fluido.

Mas isto não é tudo. Como também procurámos demonstrar ao longo do trabalho, as novas condições e os novos enquadramentos do exercício do jornalismo – ou, para sermos mais exactos, da produção e difusão de informação da actualidade no espaço público – trazem novos desafios à própria profissão.

Por um lado, algumas das marcas que tradicionalmente lhe eram mais distintivas diluíram-se e perderam importância específica, na medida em que foram ‘apropriadas’ por outros grupos profissionais ou, sobretudo, por pessoas e redes informais de pessoas sem qualquer estatuto profissional particular ou comumente partilhado. A circulação de informação da actualidade no espaço público, até há poucos anos exclusivamente nas mãos dos jornalistas e das empresas de *media*, deixou de ser monopólio de um grupo profissional ou até de um sector, tendo-se multiplicado (graças à acessibilidade e facilidade de manuseio de dispositivos tecnológicos antes inexistentes) por uma enorme variedade de novos protagonistas. A meteórica proliferação de blogues é disso o exemplo mais conhecido e mais marcante, já no presente e decerto com consequências bastante alargadas no futuro da paisagem mediática global. Além disso, deve recordar-se também a crescente ‘desintermediação’ de muitos fluxos informativos, que fez com que cada vez

mais as “fontes primárias” contactem directamente os seus destinatários finais ou sejam contactadas por eles, sem necessidade de qualquer jornalista pelo meio. De tudo isto decorreu que alguns dos “saberes” mais visivelmente mobilizados e exercitados pelos jornalistas – não só ao nível do domínio de determinadas estruturas e técnicas narrativas, mas também ao nível dos trabalhos de selecção das matérias noticiáveis (*gatekeeping*) e do seu efeito na efectiva marcação da agenda dos debates públicos (*agenda-setting*) – ou passaram a ser utilizados normalmente por muita outra gente exterior à profissão, ou simplesmente vão deixando de fazer sentido (Singer, 2003; 2006a; 2006b)⁷.

Por outro lado, muitos novos ofícios tradicionalmente associados ao universo mais lato da “comunicação” – que não propriamente da “informação” – aproximaram-se do domínio específico do jornalismo, nuns casos convivendo paredes-meias com ele (e por vezes mesmo sem qualquer parede pelo meio), noutros casos misturando-se com ele e confundindo géneros, técnicas, modelos, motivações, objectivos. O assunto não é pacífico, como fomos vendo, e alguns autores, como Ruellan (1993; 1994; 1997a), sugerem mesmo que há algo de voluntário – e até de vantajoso – na relativa magnanimidade com que o grupo profissional dos jornalistas, enquanto tal, aceitaria alguma “fluidez” da “fronteira” definidora do seu território específico: seria o modo de manter em aberto novas possibilidades de expansão para novos territórios, mesmo à custa de alguma permeabilidade dos antigos (em todo o caso, acautelados por meios ‘administrativos’). Também não é pacífica a ideia, avançada por Charron & Bonville (2004a; 2004b; 2004c), de que aquilo a que chamam “jornalismo de comunicação” – uma modalidade discursiva conjugando informação com espectáculo, entretenimento, emoção, etc., mobilizando em especial a “função fática” da linguagem, nos termos definidos por Jakobson – poderia ser apenas a modalidade mais recente do paradigma jornalístico, sucedendo ao “jornalismo de informação”; ou seja, estaríamos perante uma mudança *dentro do* paradigma, e não de uma mudança *de* paradigma⁸.

É da confluência de todos estes factores que ressalta a convicção de que, passando alguns dos “saber” e “saber-fazer” típicos do jornalismo a ter menor importância diferenciadora ou a sofrer múltiplas ‘apropriações’ e declinações fora do seu âmbito institucional, em contrapartida teriam de ganhar nova relevância aqueles outros que

⁷ Ver Capítulo IV, p. 410 e seg.

⁸ Ver Capítulo III, pp. 291-292, e Capítulo IV, p. 409.

continuam a fazer sentido como características distintivas de uma profissão que não se esgota no domínio de umas técnicas discursivas nem na ocupação ‘estatutária’ de um segmento balizado do mercado de trabalho. E esses elementos são, essencialmente, os ligados à **ética** – os que definem e apontam princípios, valores e regras, se não sobre o “que” concretamente fazer, “onde” ou “quando” fazer, com certeza sobre o “como” fazer, o “porquê” fazer e o “para quê” fazer. Em causa, aqui, já não estaria só (ou sobretudo) a materialidade da informação produzida e comunicada, mas as suas reais motivações, a transparência dos seus critérios e procedimentos, a sua dissociação de interesses particulares, a lisura dos meios utilizados em todas as fases do processo informativo, a ponderação responsável das suas consequências, a orientação no sentido do bem público, a defesa e o respeito pela inalienável dignidade dos seres humanos – desde logo, todos os directa ou indirectamente implicados nas notícias. E, no princípio e fim de tudo isto, estaria ainda a obrigatória assunção concreta de **responsabilidades** pelo trabalho que se faz – com o que ela acarreta de prestação de contas, de *accountability* –, em última instância junto do público, em cujo direito à informação assenta a base do reconhecimento e da legitimidade da profissão de jornalista. Parafraseando Singer (2006a), embora com as ressalvas ou *nuances* apontadas atrás⁹, seria o perfil profissional do jornalista como um “existencialista socialmente responsável”.

6.

O facto de se colocar um decisivo acento tónico na questão ética pode induzir, entretanto, numa ideia errada: a de que se desvalorizaria (e, no limite, até se deixaria de lado) a importância de um **saber profissional** próprio para os jornalistas.

O problema, contudo, não está propriamente no saber – está em **que** saber é, ou deve ser, esse. E esse é um assunto que consideramos muito importante, a ponto de lhe termos dedicado uma parte razoável do Capítulo III deste trabalho.

Fazer um jornalismo competente não se resume ao domínio instrumental de um conjunto de técnicas narrativas, ao manuseio adequado dos diferentes géneros, à boa capacidade de pesquisar e recolher informação, ao cultivo empenhado de fontes qualificadas, ao conhecimento dos critérios básicos de noticiabilidade, à lucidez na

⁹ Ver Capítulo IV, p. 360 e seg., p. 412 e seg.

selecção e hierarquização de factos e opiniões. De tudo isso se faz ele, sem dúvida, mas de muito mais. Estas são competências específicas que, somadas a alguma predisposição e capacidade criativa para a “arte”, se adquirem com mais ou menos facilidade, mais ou menos intensivo treino, mais ou menos aprendizagem no próprio acto de “ir fazendo” junto de quem já “faz”. Outras há, entretanto, em parte ligadas ao **“antes”** das notícias (que notícias fazer?, como?, porquê? o que é ou não é notícia?...), ao **“durante”** (uma informação adequada, que não se limite à repetição do que se recolheu algures, implica cada vez mais conhecimentos alargados, enquadramento, interpretação, compreensão do que está em causa para aquém e para além da ‘espuma’ do evento) e ao **“depois”** (o correcto entendimento do papel e da incidência da comunicação mediática junto das pessoas obriga à boa ponderação de como ela funciona, como é recebida, que impacto e que consequências tem ou pode ter).

São estes apenas alguns exemplos de outras competências, mais gerais ou mais específicas, mobilizadas pelas exigências de um jornalismo efectivamente profissional e ajustado à complexidade do tempo que vivemos. Outros há ainda, mais indirectos mas não menos sensíveis, como deixámos patente quando caracterizámos o **“saber profissional”** tal como o entendemos, na sequência da explicitação de um **“modelo de competência”** – correspondente a uma “qualificação reencontrada”, para usar as palavras de Dubar. É, recordamos, um modelo que, além de conhecimentos e de um “saber-fazer” específico, se alarga também ao desafio de um apropriado entendimento das situações sempre singulares e únicas com que o profissional lida (“saber-que-fazer”), à boa capacidade de relação nas suas múltiplas facetas, ao respeito efectivo pelos “clientes” e, enfim, à própria exigência ética e deontológica (“saber-ser”). E aqui temos a ética reencontrada – e reencontrada precisamente pelo lado do “saber profissional”, de que é parte obrigatória.

Insistimos, por outro lado, em que o saber requerido pelos profissionais é um **“saber de acção”**, que ultrapassa as dicotomias entre teoria e prática, entre investigar e aplicar, entre pensar e fazer. E isso ajuda a situar melhor também a velha controvérsia no seio da comunidade jornalística sobre se o jornalismo se aprende nos bancos da universidade ou nas cadeiras da redacção, parecendo cada vez mais claro que se aprende em ambos os lados, e quanto mais e melhor se aprender num, mais e melhor se aprenderá também no outro – sendo certo que o saber “da escola” não se deve ficar apenas pelos domínios da teoria, mas o saber “da tarimba” deve igualmente ir além da mera execução

técnica ou reproduzida *ad aeternum*, aprendendo ele próprio também a interrogar-se, segundo o sugestivo modelo do “prático reflexivo” proposto por Donald Schön (1983)¹⁰.

De algum modo já resolvida na prática consuetudinária a questão da exigência de uma titulação académica como condição prévia de acesso ao jornalismo – não sendo uma exigência legal, será já uma “exigência social” (Aznar, 2005a) –, talvez ela não deva ser, apesar de tudo, esquecida nos propósitos de continuação do processo de profissionalização do grupo¹¹. Os argumentos em favor da manutenção do carácter “aberto” da profissão, que invocam o **direito universal à liberdade de expressão**, devem ser contrabalançados com as exigências de conhecimento e de saber especializado, hoje sem dúvida crescentes¹², susceptíveis de permitirem que os jornalistas cumpram de modo qualificado e competente um outro direito fundamental: o **direito das pessoas à informação**. E se, pelo menos teoricamente, qualquer um pode exercer o primeiro, o mesmo não se dirá do segundo.

Se o “saber profissional”, tal como o defendemos, implica necessariamente uma exigência ética, deve salientar-se que também uma adequada postura ética implica necessariamente um saber adequado, uma competência. Dissemo-lo atrás: não parece concebível um profissional que se considere ética e deontologicamente irrepreensível e que faça mal o trabalho que dele se espera, que desrespeite os padrões básicos do *métier*, que seja descuidado ou negligente, que não domine as técnicas, que seja incompetente. Um e outro domínio estão intimamente ligados, e muitas das derrapagens éticas a que assistimos começam por ser, antes de tudo, claras manifestações de incompetência no que toca a procedimentos profissionais e técnicos mínimos. “Profissão e Ética são a mesma coisa”, diz mesmo, em tom enfático, Carlos Soria (1997: 25), considerando que trabalhar mal, “sem a qualidade e as técnicas exigíveis”, constitui “o primeiro ataque à informação”, logo, “o primeiro ataque à Ética”.

Em resumo, pretendemos deixar claro que se a ética é, hoje e porventura cada vez mais, um elemento diferenciador central e essencial na identidade profissional dos

¹⁰ Ver Capítulo III, p. 221 e seg.

¹¹ E se, hoje em dia, praticamente todos os novos jornalistas são licenciados, nem por isso diminui a importância de alguma reflexão em torno da sua formação inicial específica: como sugere Neveu (2005: 28), “o debate acerca do diploma deverá concentrar-se na sua natureza e não na sua existência”.

¹² Pélessier & Ruellan (2003: 97) antevêm o jornalista dos nossos tempos como uma espécie de “consultor de complexidade”, sublinhando as suas responsabilidades crescentes de efectiva “compreensão” do mundo, mais do que da sua simples “racionalização”, e defendendo que daí se retirem as necessárias ilações para o próprio processo de formação dos candidatos à profissão.

jornalistas, também o domínio aprofundado e exigente de um saber próprio, feito de uma diversidade polifacetada de “conhecimentos, capacidades e competências” (Barbier, 1997), não pode deixar de merecer uma atenção especial na suas estratégias de profissionalização. Afinal, o profissionalismo, considerado (e tratado) não como “ideologia de controlo” que justifica privilégios e traz prestígio social, mas como um “sistema normativo de valores” preocupado com o serviço à comunidade (Evetts, 2003), tem os seus requisitos, que não devem ser manipulados a bel-prazer conforme as conveniências do tempo.

7.

Insistir na importância de uma exigência ética no exercício profissional do jornalismo – considerando-a até, como a consideramos, um ingrediente central, primeiro, constitutivo da própria profissionalidade no ofício – pode conduzir a uma interpretação menos correcta: à de que se estaria a dar uma resposta “moralista” ou “moralizante” às insuficiências e derrapagens nele detectadas. Este risco pode ser ainda maior se se afirma, como atrás afirmámos, que há uma ligação umbilical e incontornável entre um exercício profissionalmente competente (no plano dos saberes) e um exercício moralmente orientado (no plano da ética) de uma actividade como o jornalismo: não há jornalismo “competente” se não for “ético”, e não pode ser considerado “ético” um jornalismo que não seja “competente”.

É pertinente o alerta de A. Fidalgo (1997: 1) de que “as respostas moralizantes às crises éticas” são “as mais rápidas e as mais simples, mas reduzem-se na prática a boas intenções de pouco fôlego no confronto com a realidade”. E não menos pertinente é a sua sugestão de que “a emergência e a urgência da questão ética” no domínio da comunicação social não pode nem deve “levar-nos a uma solução tão radical quanto simplista como a de estender pura e simplesmente os preceitos morais pessoais à esfera profissional” (*ibidem*). Dito por outras palavras (e numa formulação algo discutível, como já a seguir se verá):

Ser uma boa pessoa não faz dela um bom profissional, nem um bom profissional é por isso uma boa pessoa. (...) Os profissionais da comunicação não têm que ser santos ou boas pessoas, mas sim bons profissionais de comunicação (A. Fidalgo, 1995: 1-2).

Daqui decorre a necessidade de considerar a exigência ética de uma determinada profissão (e as normas mais específicas de deontologia profissional que dela decorrem e para ela reenviam) nos seus justos termos: não como um simples repositório de “boas intenções” pelas quais responderá, quando e como quiser, apenas a consciência individual

de cada um, mas como um conjunto de exigências muito concretas, racionalmente assumidas e fundamentadas, sem as quais o exercício profissional ficará diminuído, quando não ferido de morte, no que toca à sua própria legitimidade e aos objectivos em que a faz assentar. E por isso é que a “resposta ética” ficaria de todo incompleta se não se retirassem delas as necessárias ilações concretas, traduzidas na exigência de uma efectiva e constante **prestação de contas** por parte do grupo profissional – e, portanto, na activação dos correspondentes instrumentos e mecanismos de **auto-regulação** e co-regulação, como ilustra o fio condutor que adoptámos para este trabalho (e que constitui, afinal, a explanação e defesa do seu argumento central).

Remeter a competência profissional apenas para o campo das técnicas e das práticas instrumentais, ou, paralelamente, remeter a exigência ética apenas para o campo da consciência individual e dos comportamentos pessoais, corresponde a uma perspectiva dicotómica que não apreende toda a complexidade do que está em jogo – e que acaba por conduzir ou às tais respostas “moralizantes”, ou a uma abordagem meramente estratégica (quando não cínica) dos preceitos deontológicos. Aliás, o próprio A. Fidalgo (*ibid.*: 2), não obstante os ‘avisos’ iniciais, acaba por conceder que “a designação de bom relativamente a uma profissão comporta sempre um elemento ético”. E dá o exemplo de um simples ladrilhador que, mesmo dominando na perfeição as técnicas de colocação de ladrilhos, dificilmente poderá ser considerado “bom”, no sentido profissional, se não for fiável, se não for honesto, se não respeitar os compromissos assumidos quanto a preços ou prazos, se “não tiver em suma uma consciência profissional” – que, acrescenta, “será sempre de cariz ético”. E se isto é assim relativamente a ofícios cuja interacção e repercussão sociais são limitados, por maioria de razão o será em ofícios de particular incidência e melindre face à comunidade, como é o jornalismo – que, além do mais, se reclama sempre do sistema de valores do profissionalismo, onde a dimensão ética tem um papel central.

As “virtudes profissionais”, para retomar a proposta de Aristóteles de uma “ética das virtudes”, podem ter, decerto, alguma correspondência também no plano pessoal (recordemos, por exemplo, a importância que ele atribuía não só à aparência, mas à própria motivação, no caso de acções generosas ou altruístas), na medida em que não são meras receitas pontuais mobilizáveis *à la carte*, e, sim, disposições estáveis do carácter que convém ir adquirindo por educação, por prática habitual e por experiência, com o fim último de “uma vida boa”. Nesse sentido, quase diríamos que ser um bom jornalista não significa automaticamente ser uma boa pessoa, mas vai-se sendo tanto melhor jornalista quanto melhor pessoa se for, pois o “ser boa pessoa” implica compreender, de modo

efectivo e consequente, as exigências éticas implicadas no exercício profissional do jornalismo, ou seja, as “virtudes profissionais” requeridas. Implica compreendê-las (explicá-las, fundamentá-las, justificá-las), seja no que elas obrigam a levar em conta em termos procedimentais – de onde a consideração de uma “ética das convicções”, para evocar Weber –, seja em tudo o que elas obrigam a considerar quanto à influência e às consequências do trabalho feito na vida das pessoas – de onde a consideração, ainda segundo Weber, da complementar “ética da responsabilidade”¹³. Como temos insistido, “ser bom jornalista” não se restringe a dominar bem certas técnicas, procedimentos ou sequer as ferramentas sofisticadas hoje mais disponíveis que nunca: como recorda López (2001: 215), “as máquinas só ajudarão a fazer melhor as coisas se tivermos boas ideias e formos capazes de realizá-las”.

O caso muito próprio do jornalismo e dos *media*, no que tem a ver com a sua particular responsabilidade social e com o seu papel poderoso no espaço público contemporâneo, reforça esta ideia de alguma ligação entre o plano da profissão e o plano da cidadania. Articular uma imperativa “ética de profissionais” com uma mais vasta “ética de cidadãos”, como sugerem Christians & Nordenstreng (2004) ou White (1995)¹⁴, ajuda a situar a actividade jornalística num plano mais consentâneo com as suas responsabilidades e com o seu necessário ‘diálogo’ com o todo social, combatendo tentações de algum fechamento corporativo a que a doutrina do profissionalismo nem sempre tem conseguido escapar e recolocando as pessoas, os públicos, no centro das preocupações da comunicação mediática. Neste esforço de aproximação aos cidadãos – ele próprio uma exigência ética primordial e condição de legitimação para o jornalismo –, a consideração de um “mínimo ético comum” eventualmente traduzível num pequeno número de **“proto-normas morais universais”** de onde todas as restantes acabam em alguma medida por emanar (a defesa da vida e da dignidade humana, a recusa da violência, o apego à liberdade, o compromisso

¹³ No texto citado, A. Fidalgo (1995) evoca estes ensinamentos de Weber para os articular com a necessidade de o jornalista também “manter a distância” no tratamento dos assuntos – uma “virtude profissional” que considera essencial neste ofício (tal como Weber a considerava na política, chamando-lhe “ponderação”). A importância de o jornalista “manter a distância”, seja na apreciação de um tema e na decisão sobre se é ou não assunto noticiável, seja na “visão de conjunto” que importa ter sobre ele para lhe conhecer as relações porventura ocultas, seja ainda no modo de apresentação concreta do assunto ao público, parece um exemplo particularmente elucidativo de como as “virtudes profissionais” requeridas para o bom exercício do *métier* tanto têm uma incidência no plano da ética como no plano da competência profissional propriamente dita (do “saber” e do “saber-fazer”). Os dois planos não são, de facto, separados ou separáveis – bem pelo contrário, tocam-se e implicam-se mutuamente.

¹⁴ Ver Capítulo IV (p. 377) e Capítulo V (p. 502).

com a verdade¹⁵) pode ser um ponto de encontro equilibrado dos âmbitos tanto pessoal e social como profissional.

8.

A abordagem destas questões numa perspectiva menos centrada específica ou exclusivamente nos *media* e nos seus profissionais, e mais centrada nos cidadãos, contribui para ‘devolver’ ao público o lugar de co-protagonista que lhe é devido no processo global da comunicação mediática e do qual tem sido recorrentemente espoliado, remetido que é tantas vezes ao papel de mero receptor, passivo, distante e indiferenciado.

Os debates em torno da comunicação e do jornalismo, como vimos no percurso histórico feito, oscilaram sempre muito entre o grupo profissional, de um lado, e os pólos do Estado e do Mercado, de outro, servindo o terceiro pólo – o da Sociedade – mais para invocações retóricas “em seu nome” ou para uma caução de algum modo *taken for granted*, sem que isso significasse, por regra, conceder-lhe estatuto de parte inteira ou sequer uma voz activa. Isso sucedeu algo menos em contextos sócio-políticos onde a tradição de participação cívica organizada, à margem das instituições estatais ou das estruturas partidárias, era apesar de tudo mais forte – como é o caso dos países do Norte da Europa (cf. Hallin & Mancini, 2004) –, mas sucedeu um pouco em todo o lado e em todo o tempo. Uma renovada atenção a este aspecto tem sido visível em anos mais recentes, e disso são bom exemplo os estudos sobre a recepção, que vão muito para além das perspectivas quantitativas ou das teorias dos efeitos imediatos, mostrando como as modalidades de apreensão e incorporação (tanto individual como colectiva) das mensagens mediáticas são parte integrante delas e ‘dizem’ sobre elas o que antes não se imaginaria que dissessem.

Entendido o processo informativo numa lógica de “contrato social” (Bernier, 1996), tem sido bastante evidente a relativa subalternização de uma das partes contratantes – a do público. É, no entanto, em nome e em representação desse mesmo público que se exercita a liberdade de expressão e se dá corpo ao direito à informação legitimador do jornalismo. Aliás, o próprio direito à informação foi, nos inícios da afirmação profissional do jornalismo face aos poderes políticos, tratado mais como uma espécie de “direito

¹⁵ Ver Capítulo IV, pp. 366-374.

profissional” – destinado a garantir acesso e circulação – do que propriamente como um “direito social” que efectivamente é (Ortega & Humanes, 2000). Um direito de todos e que, sendo reconhecido a todos, não pode deixar de ter consequências. É ao escolherem livremente um determinado meio de comunicação para se informarem que os cidadãos exercem o seu direito à informação, nesse acto transportando a legítima expectativa de que o órgão a quem incumbem de tal tarefa a cumpra de modo completo e zeloso. De algum modo, a escolha de um determinado jornal “é um voto”, como escreveu Logié (1971, s/p):

O seu sentido é que o homem isolado, possuidor do direito individual à informação, mandata uma equipa de informadores (jornalistas), aos quais confia o cuidado de o informarem, e nos quais delega, pelo mesmo acto, o exercício do direito individual à informação. É nesta verdadeira delegação de poder que se deve procurar o laço que une jornalistas aos leitores, ouvintes ou telespectadores, isto é, ao público.

Se assim é, este “laço” não pode deixar de obrigar a um trânsito nos dois sentidos, tendo os jornalistas o dever de conhecer as necessidades e expectativas do público que representam, bem como a obrigação de lhes prestar contas pelo modo como se saíram da sua incumbência, e tendo o público o direito de pedir essas mesmas contas, se e quando elas não lhe forem prestadas de modo claro, completo e transparente. Neste contexto, como conclui ainda Logié (*ibidem*), a exigência ética e deontológica não deve ser entendida como dizendo respeito apenas ao jornalista, “mas muito mais ao acto global que consiste na recolha, edição e recepção da informação”. Um acto em que o “outro” está sempre presente e do qual é parte constitutiva, inalienável. Um acto indissociável da liberdade que é inerente à própria democracia, como sublinha Xosé López:

O direito de conhecermos a realidade apresenta-se como a garantia máxima da nossa liberdade como cidadãos e, para isso, cumpre assegurar os alicerces da sociedade democrática mediante a protecção do direito a ser informado, do direito a informar, do direito à protecção da vida privada e do direito a participar na comunicação pública (López, 2004: 213).

Sublinhe-se, entretanto, que o direito do público à informação não deve ser entendido como um direito “passivo”, de simples receptor, mesmo atento e exigente como se deseja; se é um direito “activo”, é também um “direito à comunicação”. Significa isto que, além de ‘**ouvir**’, o público deve ter direito a ‘**falar**’ e a ‘**ser ouvido**’, com voz própria e não apenas por delegação, pois só assim ocupará de corpo inteiro o lugar que lhe cabe no processo da comunicação pública¹⁶.

¹⁶ Alguma retórica, frequente entre os profissionais, no sentido de desqualificar as opiniões do público (por, supostamente, ser pouco conhecedor dos meandros globais com que os *media* têm de lidar e tender a olhar apenas para os seus interesses ‘paroquiais’) deve ser questionada. Por um lado, se isso assim é, tal deve-se precisamente à

Mas nem só de direitos do público se fala hoje: fala-se também de deveres, e especificamente de deveres no plano ético. Ao seu direito à informação corresponde o dever simétrico de se informar, para assim poder assumir plenamente o seu papel de cidadão interessado nos destinos colectivos de que é sujeito. Ora o dever de se informar implica ser capaz de o fazer de modo empenhado, crítico e qualificado, pois só assim estará em condições de contribuir com a sua quota-parte no esforço global de melhoria de uma comunicação mediática que tão frequentemente o deixa insatisfeito ou até revoltado. Há também lugar a uma “**ética da recepção**”, que à invocação e ao exercício dos direitos próprios junto dos “emissores” acrescenta a assunção de responsabilidades na adequada leitura e compreensão das mensagens mediáticas e dos contextos em que elas são geradas e difundidas.

Se o direito-dever de participação na vida colectiva e no exercício de uma cidadania integral requerem o domínio dos instrumentos básicos que a potenciem, então o domínio dos instrumentos básicos de descodificação e compreensão dos meandros da comunicação mediática – para mais numa sociedade tão fortemente mediatizada como é a contemporânea – parece impor-se com uma premência muito especial. Por isso se fala hoje tanto da importância do desenvolvimento e aprofundamento de uma “**literacia mediática**” – espécie de tradução, para o universo global dos *media*, da literacia *tout court* indispensável à participação activa na vida social –, que deve ser incluída numa mais lata necessidade de “**educação para os media**”, da qual não podem alhear-se nem as instituições educativas formais nem as instâncias (família, grupos de pertença, associações culturais ou outras) por onde passam hoje os processos de socialização. E quanto melhor se esteja em condições de responder por este dever, tanto melhor se pode reclamar o correspondente direito. Sendo certo, ainda, que o investimento na educação para os *media* é, a prazo, o melhor e mais sólido modo de **regular** os próprios *media*, sem recurso obrigatório a meios coercivos impostos do exterior, pois os públicos – por si próprios e na interacção com os protagonistas do lado da emissão – o farão na acção concreta.

pouca transparência dos *media* relativamente aos seus modos de actuar e aos constrangimentos com que têm de lidar – algo que iniciativas auto-reguladoras, como os Conselhos de Imprensa ou os Provedores, podem ajudar a ir ultrapassando. Por outro lado, vale a pena recordar a ideia de Birkhead (1997: 218) de que “embora as pessoas comuns possam não ter as competências [*skills*] para serem bons jornalistas, têm capacidade para ajuizar das práticas jornalísticas que afectam as suas próprias sensibilidades morais e os seus ideais”. Ou seja, “são competentes para questionar as *razões* apresentadas pelos jornalistas sobre aquilo que fazem” (*ibidem*, realce do autor).

Esta responsabilidade dos cidadãos pela liberdade, mas também pela qualidade, dos meios de comunicação que os envolvem é crescentemente associada a uma espécie de preocupação “**ecológica**”, que estabelece um paralelo entre o dever de cuidarem do ambiente *natural* e o idêntico dever de se ocuparem, com não menos empenho, do ambiente *cultural* em que vivem. A necessidade desta nova preocupação é algo que autores como Hamelink (1995: 502) consideram até “uma das mais críticas questões morais da nossa civilização”. E inscreve-se na exigência ética requerida igualmente aos utilizadores dos *media*, justificada pelo facto de a relação entre os profissionais e os seus clientes, neste sector, ser “uma relação interactiva” (*ibid*: 500) – pelo que ambos os lados podem, e devem, contribuir para a melhoria da sua *performance*.

9.

Do lado dos emissores da informação, entretanto, há que ter presente que os jornalistas não são os únicos (e, muitas vezes, nem sequer os decisivos) responsáveis pela forma e pelo conteúdo das mensagens produzidas e difundidas. Desde que se tornou uma actividade industrial (e a informação jornalística, em boa medida, uma ‘mercadoria’ à venda num mercado aberto e concorrencial), o jornalismo passou a ser exercido em contextos empresariais, por regra privados, com os inerentes constrangimentos a essa situação associados – constrangimentos industriais, comerciais e de poder.

As empresas de comunicação social têm parte de “igual” e parte de “diferente”, quando comparadas com qualquer empresa de serviços. A sua diferença assenta, essencialmente, no tipo de ‘produto’ que fabricam, no tipo singular de relação entre patrão e trabalhadores – recordemos a “cláusula de consciência” – e na situação especial que nelas ocupa o colectivo dos jornalistas, com uma razoável – mesmo mitigada – área de autonomia e de poder. A sua semelhança, pelo contrário, assenta na lógica de lucro típica da maioria das organizações empresariais capitalistas e numa cadeia hierárquica que, apesar de tudo, se faz sentir, directa ou indirectamente. Vimos como esta ambiguidade tanto de estatuto profissional (o profissional liberal, intelectual e criativo *versus* o trabalhador assalariado proletarizado) como de lealdades (a “dupla lealdade”, ora a devida à sociedade, ora a devida ao patrão) sempre foi um dos problemas mais complicados com que os jornalistas enquanto profissionais tiveram de lidar. E mesmo com as suas implicações éticas: não faltam jornalistas que consideram como um dos seus mais

imperativos deveres profissionais (e morais) contribuir solidariamente para o sucesso da empresa em que trabalham, mesmo que as suas prioridades ou modelos informativos não correspondam àqueles que prefeririam ou que julgariam mais pertinentes para a boa informação do público. E, na hora de ter de escolher entre duas “lealdades” conflitantes, a decisão nem sempre pende para o lado que se julgaria mais próximo das exigências de um jornalismo sério e responsável – e nem sempre por razões egoístas ou defensivas¹⁷.

Dadas todas estas implicações, também se vem falando hoje progressivamente da necessidade de uma “**ética de empresa**” no sector da comunicação social, com o pressuposto de que, além das responsabilidades *dos jornalistas* face à sociedade, há igualmente uma responsabilidade *do jornalismo* enquanto prática de interesse e relevância social – e dela não podem alhear-se as instituições em cujo enquadramento ele se exerce. Têm surgido aqui e ali alguns exemplos de assunção, pelas próprias empresas, de códigos internos que traduzem estas preocupações e afirmam compromissos perante o público – nuns casos porventura apenas porque “a ética (também) vende”, noutros certamente por genuíno desejo de afirmar a especificidade e a sensibilidade do “produto-serviço” que se fabrica e vende, correspondendo às reais ou potenciais expectativas do público. Ou seja, a assunção mais clara de que uma organização noticiosa, além de uma instituição económica, é também uma instituição social (Encabo, 1995).

Esta “ética de empresa” pode ser entendida como parte de uma mais vasta “**ética da informação**” (cf. Cornu, 1999), na qual se insere algum do fundamento de iniciativas reguladoras por parte dos poderes públicos (seja para defender a liberdade de expressão e de imprensa, seja para ajudar a defender a prática jornalística de uma dependência exclusiva da “regulação pelo mercado”), e na qual se insere, obviamente, a ética dos jornalistas. Como salienta Grevisse (2003: 227), está ainda muito disseminada, mesmo entre os profissionais, uma certa “vulgata jornalística da independência” que, ao não aceitar qualquer interferência nessa actividade que não seja a da regulação pelos pares, no fundo “obriga os profissionais a suportarem sozinhos toda a carga da responsabilidade

¹⁷ Analisando o que considera serem algumas particularidades do seu país – a Grã-Bretanha –, Aldridge (2003: 160) diz que “ser ‘profissional’ no jornalismo britânico pode implicar trabalhar contra os seus valores pessoais, por exemplo ter a capacidade de elaborar um artigo de alto nível técnico apesar de se desaprovar o assunto ou os métodos utilizados para obter a informação”. E mais: “Este entendimento do ‘profissionalismo’ pode chegar (...) ao ponto de os jornalistas se vangloriarem de terem trabalhado eficientemente para um jornal cuja política ou cujo proprietário se considerem repugnantes”. Fica aqui bem patente o sentido comum com que se costuma usar o termo ‘profissionalismo’ nos mais diversos contextos (do político ao desportivo...), ou seja, como sinónimo de esforço, de empenho, de dedicação à causa, de labor generoso e desinteressado, independentemente de resultados ou até de valores. No caso, “ser profissional”, fazer devotadamente aquilo para que se é pago, parece ser o valor em si.

mediática”. Ora essa é uma perspectiva que nem sequer leva em conta a evolução histórica, pois aparentemente “fala como se o jornalista fosse ainda simultaneamente o proprietário do seu meio de comunicação e um cidadão quase igual aos outros, exercendo a liberdade de expressão das suas opiniões” (*ibidem*). E se isso não é assim desde os alvares da industrialização da imprensa, muito menos o é hoje, com o desenvolvimento de fortíssimos conglomerados empresariais multinacionais, e até globais, onde a produção e difusão de ‘produtos’ jornalísticos se mistura com uma enorme variedade de outros produtos e serviços do universo da comunicação e das telecomunicações, onde até a importância dos ‘conteúdos’ se vai relativizando face à preponderância dos ‘canais’ de distribuição e venda.

A forte envolvente económica dos *media* e as condicionantes decorrentes de uma pura lógica de mercado na sua abordagem é que justificam, aliás, alguma necessidade de regulação pública da actividade (como explicámos no Capítulo V), no pressuposto de que a ausência desta regulação não significa total desregulação, mas pelo contrário uma forma mais ou menos subtil de regulação efectiva por critérios apenas económico-financeiros – sendo certo que “o sucesso económico é um mecanismo de controlo normativamente cego” (Wahl-Jorgensen & Galperin, 2000: 36). Alguma regulação pública não é necessariamente incompatível com o imperativo de liberdade de expressão – a ideia de um “pluralismo regulado”, defendida por Thompson (1995) procura demonstrar que em causa estão apenas duas faces da mesma moeda –, sendo que, no que toca aos cidadãos, é pouco ambiciosa a perspectiva de reduzir a sua liberdade tão-só à possibilidade de comprarem ou deixarem se comprar tal jornal, ou de trocarem de canal televisivo. Uma adequada regulação pública dos *media* deve, por isso, ser simultaneamente “restritiva e capacitadora” (Wahl-Jorgensen & Galperin, 2000: 36), não só enquadrando e temperando o poder dos conglomerados mediáticos, mas também facilitando e apoiando novas possibilidades de expressão pública. O que nos remete para a ideia, que atrás glosámos, de **liberdade** entendida na sua acepção “**negativa**” mas também na sua acepção “**positiva**”.

10.

Tudo o que aqui fica dito não desobriga, naturalmente, os profissionais que são os jornalistas – tanto individual como colectivamente considerados – das suas responsabilidades próprias. Como sublinham Ortega & Humanes (2000: 59), “o jornalismo

é dificilmente compreensível se o reduzirmos à sua dimensão económico-empresarial”; concordando que “esta vertente é fundamental”, acrescentam, porém, que ela “não é a chave para entender o funcionamento real dos jornalistas como grupo”. Será uma das chaves, diríamos – porque não há uma só; há várias, como este trabalho de algum modo procurou demonstrar.

A exigência ética e o escrúpulo deontológico – assumidos como compromisso real para além das meras retóricas moralistas, traduzidos em acções concretas de assunção de responsabilidades, de prestação de contas à sociedade e de efectivo empenho auto-regulador – também não serão “a” chave para resolver todos os problemas suscitados pela actividade jornalística na época contemporânea e para responder a todos os desafios (uns bem antigos, outros novos) com que ela se vê confrontada, e, dentro dela, especificamente o grupo profissional dos jornalistas. Mas são, cremos, uma das chaves – e uma das mais relevantes, embora também das mais complexas e difíceis. Se nem tudo depende deles, alguma coisa depende certamente, e é esta porção que mais concretamente nos interessa. Voltando às reflexões de Grevisse (2003: 229), a propósito das vantagens de um empenhamento dos profissionais na auto-regulação:

A ética não chega evidentemente para constituir, por si só, uma resposta aos desafios jornalísticos contemporâneos. Ela pode, no entanto, fornecer um quadro pertinente para esta reflexão, na condição de que seja percebida no contexto de uma dinâmica social completa que leve em conta as condições reais de produção. O pôr em prática destes mecanismos de [auto] regulação deveria, entretanto, seguir de par com a valorização das práticas que respeitem a deontologia.

O valor real de um esforço auto-regulador repartido por diferentes tabuleiros e modalidades (valor a que não é alheia uma postura de transparência como condição de recuperação da confiança junto do público), para além dos efeitos concretos que pode ter na melhoria da qualidade do serviço prestado pelos *media* à comunidade, acaba por ter também uma não desprezível carga simbólica. Ajuda a retirar os jornalistas de uma “trincheira” onde tendem por vezes a fechar-se, mesmo com bons propósitos de independência e de autonomia profissional, e contribui para que eles contrariem, de facto, a ideia bastante disseminada de que são pouco ou nada dados à auto-crítica. Isso afecta a sua aspiração a um estatuto verdadeiramente (e positivamente) profissional – como tem afectado, aliás, a própria imagem do profissionalismo tal como é praticado por diversas ‘corporações’ profissionais, sempre tão ciosas de um “espírito de corpo” e de um prestígio que levam a ocultar, ou a digerir em grande segredo, os desvios e más práticas que ocorrem entre os seus membros. E, nesse sentido, os jornalistas acabam por ser “algo menos” do que os profissionais que idealmente se proclamam, para retomar o título da

obra de Ortega & Humanes (2000), cujas últimas frases são dedicadas precisamente à importância da capacidade de auto-crítica:

Enquanto esta atitude [de auto-crítica] não fizer parte dos hábitos do ofício, o jornalismo terá sérios problemas para se consolidar como uma profissão em sentido estrito. Mas não menos problemas terá para evitar a proliferação, no seu seio, de toda a espécie de condutas camufladas sob o manto protector da profissão, e que dificilmente tornarão explícitos os seus objectivos e assumirão as consequências que deles derivem. Na medida em que esta situação se mantenha, o jornalismo continuará a ser algo mais e algo menos que uma profissão, mas oferecerá grandes resistências a ser somente uma profissão. (Ortega & Humanes, 2000: 221).

11.

Procurar “o lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas”, como se propõe no título geral deste nosso trabalho, parece dar como pressuposto, naturalmente, que os jornalistas têm uma identidade profissional, qualquer que ela seja. Há mesmo quem afirme, como referimos na Introdução, que eles têm não só uma identidade, mas até “uma *forte* identidade” (Traquina, 2004b, realce nosso) – com isso sublinhando, decerto, o seu vincado *esprit de corps* esforçadamente construído ao longo de décadas, e que acabou por conseguir um estatuto não só jurídico-formal, como até social, de razoável prestígio, visibilidade, protagonismo e, afinal, poder. Sobretudo poder simbólico¹⁸.

Vimos, não obstante, que as contradições e ambiguidades do processo de profissionalização dos jornalistas giraram sempre, em boa parte, à volta da dificuldade de definir e consolidar precisamente um núcleo identitário claro e coerente, tanto “para dentro” – ou seja, no qual se revisse estavelmente o conjunto do grupo profissional, acima das suas diferenças de posição relativa no seio do próprio grupo – como “para fora” – ou seja, susceptível de obter reconhecimento social, fazendo coincidir a representação que o grupo ia dando de si mesmo com a representação colectiva que dele fazia a sociedade. Foi este um processo que jogou tanto no plano da “diferenciação” face a grupos e ofícios de fronteira como no plano da “identificação” à volta de um património mínimo comum (cf.

¹⁸ Mesmo quem encara com algum cepticismo a possibilidade de o jornalismo dever ser considerado uma profissão “de corpo inteiro” – no contexto do ideal-tipo das chamadas ‘profissões estabelecidas’ – não questiona, pelo menos, que eles são um importante “grupo de *status*”, no sentido originalmente definido por Weber (Ortega & Humanes, 2000: 59). Um sentido que, como explica Giddens (1989/2000: 303), aponta sobretudo para a “honra social” – que pode ter “um carácter positivo ou negativo” – e para o “prestígio”, e que não tem necessariamente coincidência com as divisões sociais de classe: “Os grupos privilegiados positivamente em termos de *status* incluem qualquer conjunto de pessoas que tenham grande prestígio em determinada ordem social”.

Dubar, 2000), tendo sido atravessado por tensões e negociações que prosseguem até hoje. Mais: as novas condições do exercício do jornalismo, somadas às discussões sobre a eventual transformação do seu próprio paradigma, bem como à entrada de novos protagonistas e novas redes ou fluxos informativos no “campo” tradicionalmente exclusivo dos jornalistas, questionam com especial premência a sua identidade profissional. Falar da “crise de identidade” dos jornalistas tornou-se quase um lugar-comum. Até por isso, reforçam-se também as sugestões de que se fale não tanto em “identidade profissional” dos jornalistas, mas nas várias “identidades profissionais” que no seu seio co-existiriam.

Convém aqui recordar que o processo de construção de identidade (profissional ou outra) é isso mesmo: um processo de construção, que se vai negociando “consigo” e “com o outro” – aquilo que Dubar (1997; 2000) definiu como “dupla transacção identitária”, uma interna (biográfica), outra externa (relacional) –, em função de tempos e lugares concretos, e que conduz, se assim se pode dizer, a estabilidades permanentemente instáveis. É um processo de constantes ajustamentos mútuos, de avanços e de recuos, que nalgumas profissões pode andar mais depressa e noutras mais devagar, em função tanto das suas particularidades intrínsecas (e o jornalismo tem, de facto, as suas particularidades) como dos contextos sociais em que se move e com que interage.

Convém assinalar também que a **identidade profissional** deve ser ponderada no enquadramento mais vasto das diferentes identidades que para ela concorrem e com ela se inter-relacionam. Na linha das abordagens interaccionistas, faz-se habitualmente uma distinção relevante entre três espécies de identidade: a identidade pessoal, as identidades sociais e a identidade situada (A. Lopes, 2001). Todos temos múltiplas identidades sociais, correspondentes aos diversos “papéis” sociais que desempenhamos, entre eles o de trabalhar numa determinada profissão ou ocupação:

“A identidade profissional é uma identidade social particular (entre outras identidades sociais da pessoa), particularidade que decorre do lugar das profissões e do trabalho no conjunto social e, mais especificamente, do lugar de uma certa profissão e de um certo trabalho na estrutura da identidade pessoal e no estilo de vida do actor” (A. Lopes, 2001: 188).

Mas o processo de ‘identificação’ com uma profissão ocorre simultaneamente com, e no contexto de, uma determinada organização concreta – de onde a importância do conceito de **identidade situada**. Traduzido para o caso específico dos jornalistas (seja em termos individuais, seja em termos colectivos), isto significa que, ao estudar a identidade profissional, não deve passar-se ao lado das diversas **identidades organizacionais** em que ela se concretiza e se constrói. O modo como se exerce a profissão, e o modo mesmo como

ela se encara, pode variar substancialmente de um jornal para outro, de uma televisão para outra, de uma rádio para outra – e isso não só relativamente ao que se *faz*, como ao que se entende que *deve ser feito* em termos profissionais gerais, como ainda à força do sentimento de *pertença* a uma determinada organização (e até a sub-grupos particulares no seu seio) por contraposição ao mais lato sentimento de *pertença* à profissão. Isto é sobremaneira sensível no caso dos jornalistas, quando se sabe que, não havendo uma formação inicial comum (curso, licenciatura, diploma) como condição obrigatória de acesso à profissão, a sua **socialização profissional** é essencialmente feita num local específico de trabalho, numa organização¹⁹.

É também por isto que alguns autores, como Demers (2003), vão ao ponto de afirmar que “a identidade profissional, enraizada na acção colectiva, é hoje geralmente considerada como algo de prejudicial”, na medida em que “impõe aos empregados das empresas um referente normativo exterior, por confronto com as exigências da sua participação entusiástica no sucesso da obra colectiva que constitui a empresa”. Baseado na sua observação do universo jornalístico canadiano (mas já atrás apontámos algo em sentido semelhante recolhido da experiência britânica), Demers entende que “nos *media* de massas, a preocupação com a sobrevivência da empresa substituiu o ideal de serviço público”, dando prevalência aos imperativos da “mobilização emocional e intelectual do ‘bom empregado’ em favor da ‘sua’ empresa”. E, num plano mais individual, sugere mesmo que a profissão, pelo facto de pôr “em primeiro lugar uma promoção colectiva”, se “interpõe moralmente entre o indivíduo e o seu apetite de reconhecimento financeiro pelo talento e pelo esforço pessoais, um apetite que é apresentado como o motor legítimo do progresso desde os anos 1980” (*ibid.*: 170).

Em tom não muito dissonante – e que reflecte bem a lógica de sucesso material individual típica das correntes neo-liberais dominantes em grande parte da cultura

¹⁹ E mesmo havendo hoje, como prática generalizada, a frequência de um curso da especialidade prévia ao ingresso na profissão, o papel da organização específica em que esta se exerce continua a ter uma influência dominante na representação que é feita da profissão e nos modos de identificação com ela, como vários estudos têm demonstrado (mesmo o inquérito que fizemos sobre o Provedor do Leitor – ver Capítulo VI – permitiu constatar diferenças nítidas em função dos diferentes jornais de pertença e das respectivas culturas profissionais). Recordando Berger & Luckman (1966/1999), diríamos que é no local de trabalho que se processa a essencial “socialização secundária” dos jornalistas, compreendendo esta a aquisição e operacionalização de saberes especializados, mas também a partilha de um importante universo simbólico, de estilos de vida, de um discurso e de um conjunto de “compreensões tácitas” que favorecem a integração nesse particular “sub-mundo”. E mesmo a consideração do grupo profissional dos jornalistas sobretudo como uma “comunidade interpretativa” (Zelizer, 1993/2000) não deve fazer-nos esquecer as “sub-comunidades interpretativas” que tão nitidamente co-existem no seu seio, algumas delas coincidindo tipicamente com as organizações jornalísticas onde se exerce o ofício.

empresarial-mediática contemporânea –, também Bruin (2000) destaca a importância da “identidade situada” dos jornalistas na configuração da sua identidade profissional:

A crescente influência das organizações de *media* na satisfação quanto ao ofício e na qualidade do trabalho está a afectar as percepções que os jornalistas têm das suas responsabilidades. Talvez pudéssemos dizer que nestes casos as identidades organizacionais estão a moldar, ou a remodelar, as ‘identidades profissionais’ (Bruin, 2000: 232).

Esclarecendo que entende o conceito de identidade organizacional como essencialmente “relacional e comparativo” (ou seja, o conjunto de “crenças, valores e sentimentos” partilhados numa dada organização e que permitem distingui-la de outras organizações), esta autora sugere que ele pode até ter uma relação conflituante com o conceito de identidade profissional e com os princípios e valores nela tidos por comuns. Assim, adianta, “aquilo que os jornalistas acreditam ser uma única ideologia profissional – identidade profissional – pode muito bem ser apenas um simulacro [*proxy*] dos valores organizacionais com que de facto eles se identificam – identidade organizacional disfarçada” (*ibid.*: 228-229). As suas reflexões conduzem-na a aventar a hipótese de que, face à diversidade de orientações profissionais detectadas, talvez seja “impossível fazer qualquer generalização acerca do efectivo perfil ‘da identidade profissional’” dos jornalistas; quando muito, poderia falar-se, trocando o artigo definido pelo artigo indefinido, de “uma identidade profissional” (*ibid.*: 222, realces nossos) entre várias possíveis.

Daqui importa essencialmente reter, então, que, como qualquer identidade que se vai construindo, também a identidade profissional dos jornalistas é a resultante de múltiplas interacções, negociações e transacções, internas e externas, operando a diferentes níveis. O nível cuja importância aqui se realçou é o nível inter-pessoal das interacções estabelecidas na situação concreta de uma organização. Outros níveis (cf. Blin, 1997) contribuem também para esta construção, numa espécie de conjunto de círculos concêntricos progressivamente alargados: um nível **intra-pessoal** (o da interacção do indivíduo consigo mesmo, com a sua identidade pessoal e as representações que vai fazendo do seu “ser profissional”), um nível **inter-individual** (o das interacções que estabelece com os membros da organização concreta em que se situa, e, dentro dela, com determinados sub-grupos de que se sente mais próximo), um nível **posicional** (o das interacções que, no caso dos jornalistas, se estabelecem no seio do grupo profissional como um todo, e onde há posições de poder diversas conforme os segmentos profissionais que nele se confrontam) e um nível **societal** (o das interacções que o grupo profissional,

enquanto colectivo, estabelece com outros actores sociais para ‘negociar’ o seu papel, o seu estatuto e o seu território específicos).

Dada esta rede complexa de níveis e interacções, dada a pluralidade de entendimentos pessoais ou grupais e de declinações organizacionais à volta do que é “ser jornalista”, fará algum sentido, ainda assim, falar de identidade profissional – entendida esta como um núcleo de crenças, valores, princípios, saberes e *standards* partilhados no essencial pelo colectivo dos jornalistas? A hipótese que explorámos neste trabalho é de que tal é possível (e até desejável), embora tenhamos consciência de como esse é um caminho estreito e de como ele deve ser relativamente modesto na sua ambição.

Um **projecto profissional**, entendido como um percurso que tem como objectivo a “profissionalização” de um grupo ocupacional, é em larga medida um **projecto identitário**, pois às marcas objectivas que se empenha em conquistar e afirmar (um certo estatuto jurídico e socio-económico, um corpo de saberes especializado, o monopólio sobre um segmento do mercado de trabalho e seu controlo, um código deontológico, associações profissionais com um lugar de relevo nos diálogos institucionais), acrescenta também uma componente subjectiva que é a um tempo fonte e alimento de identidade. Esta componente subjectiva ganha forma na representação simbólica que a profissão procura construir de si “para si”, como uma espécie de ‘cimento’ interno que permita uma *identificação*, e igualmente na representação simbólica que procura dar de si para “os outros”, com isso visando um objectivo duplo de *diferenciação* e de *reconhecimento*. E, enfim, de *legitimação* social.

A proposta que desenvolvemos sugere, então, que um “**mínimo ético comum**” – entendido nos modos como aqui o deixámos explicitado, quer quanto à sua relação umbilical com um certo saber profissional, quer quanto às suas obrigatórias implicações em termos de *accountability* e de auto-regulação – pode ser o núcleo central, específico, distintivo, de uma identidade profissional partilhada por todos os jornalistas. Ou seja, um núcleo identitário que, acima da diversidade de opções e de práticas individuais, grupais ou organizacionais, possa funcionar como “identidade de referência” (mais até do que como “identidade actual de pertença”, dadas as contradições e tensões de um presente em crise, mas também em movimento), na qual se faça assentar a marca diferenciadora de um ofício com um papel muito próprio na sociedade. Um papel que vem adquirindo novos contornos e recebendo novas interpelações, a ponto de ser difícil prever como se ‘situará’ no próximo futuro, mas que, até por isso, pode beneficiar com um esforço de “**back to basics**” (por nós interpretado como um “**back to ethics**”) que permita ao grupo

profissional dos jornalistas reencontrar-se, embora de modo dinâmico e actualizado, com os fundamentos em que sempre quis alicerçar a sua aspiração ao profissionalismo. Tal como aponta Serrano (2003: 26), “o consenso profissional dos jornalistas faz-se sobre uma ética simbolizada no código deontológico” e “é do compromisso ético dos jornalistas com o seu público, baseado na procura da verdade, que nasce a legitimidade do jornalismo”.

12.

Gostaríamos, por fim, de destacar a importância que pode ter, para o objectivo aqui proposto, a **formação** (e designadamente a formação inicial) dos futuros jornalistas.

Acima, ou antes, de uma socialização profissional realizada essencialmente no contexto de uma organização particular – com o que isso sempre implica de tendencial *reprodução*, mais do que de *produção*, de saberes, práticas e atitudes que vão passando de geração em geração –, um contacto qualificado e crítico com os princípios, valores e padrões de conduta da profissão, realizado em instituições competentes para tal, pode constituir um modo de acesso particularmente frutuoso. E uma adequada “preparação para o mercado de trabalho”, como hoje é muito habitual dizer-se, não precisa de ser incompatível, ou sequer contraditória, com o estudo aprofundado, a investigação exigente e o questionamento crítico de modelos e de práticas – ou seja, ferramentas que ajudem a compreender melhor o que uma profissão “é”, mas também o que ela “quer ser” e o que “se quer que ela seja”.

Nesse processo, dinâmico e aberto à mudança como deve ser qualquer processo formador, pode ir-se distinguindo melhor, desde logo, o importante do acessório, o permanente do contingente, o nuclear do periférico, com isso construindo um entendimento consciente e partilhado do património comum da profissão susceptível de reforçar a sua identidade. A formação inicial é um ingrediente relevante de qualquer processo de profissionalização – entendido este também como um processo de construção de identidade –, como os próprios jornalistas ao longo das décadas foram volta e meia intuindo ou constatando, embora nem sempre de modo muito consequente. Especificamente no plano ético, tendo até em vista a multiplicidade de desafios que as novas configurações empresariais e sociais trazem aos campos da informação jornalística e da comunicação, também por aqui pode passar a compreensão, assunção e consolidação de

um “mínimo ético comum” que diferencie o jornalismo de práticas que com ele procuram confundir-se e, de algum modo, o reconcilie com o público – e consigo próprio.

Útil será que, neste esforço, as instituições educativas responsáveis por tal formação se constituam cada vez mais em ponto de encontro e de troca sistemática entre os mundos profissionais e os mundos académico e científico, propiciando que mutuamente se interpelem e vivifiquem com as respectivas especificidades, não se demitindo uns nem outros das suas responsabilidades, como escrevemos na Introdução a este trabalho. O caminho feito neste domínio, em anos recentes, tem proporcionado bons resultados para ambas as partes e consente, portanto, algum optimismo.

O pano de fundo sempre presente nestas preocupações, insistimos, é o de que a formação para o jornalismo incorpora obrigatoriamente as duas dimensões que, separadas, nem sequer poderiam entender-se: a dos saberes e a dos valores, a dos conhecimentos e a das condutas, a das técnicas e a dos princípios. Um saber competente integrando uma exigência ética, uma ética implicando um saber. E algo que, dominando-se no plano das teorias, se faz acto no terreno das práticas continuadas. Como as virtudes, de que falava Aristóteles.

Ao observar a enorme heterogeneidade de acções e de funções que a realização da informação jornalística implica, podemos perguntar-nos: pode haver nesta heteróclita e multiforme actividade um fio condutor, algo que dê unidade e coerência ao todo, uma razão explicativa comum da sua natureza? E a resposta é que sim. Porque o que vertebra todas e cada uma das acções e funções jornalísticas, o que define propriamente a natureza específica do jornalismo, é a **prudência** (Galdón, 2001: 293-294, realce do autor).

Mergulhando na riqueza etimológica do conceito de “**prudência**” – que é capacidade de previsão e antecipação, capacidade de discernimento e de juízo prático, capacidade de ponderação e de justa medida –, Galdón considera ser esta a maior das virtudes para a prática profissional do jornalismo, até porque constitui o ponto de união entre as virtudes intelectuais e as virtudes morais.

Não é uma receita pronta-a-usar. Mas é um estimulante programa de trabalho. Sobretudo se se considerar, com Wolton (2003: 21), que o jornalista “não é nem um justiceiro, nem um *compagnon* do poder, nem um político, nem um universitário de calções”, mas é alguém com um papel fundamental no “decifrar o mundo e os acontecimentos para tentar explicá-los ao maior número possível”. E defender este seu papel próprio “num universo saturado de informação”, tendo ao mesmo tempo consciência da sua “fragilidade”, é “uma das mais importantes batalhas culturais a travar”.

Isto é dito (e por nós subscrito) na convicção, afinal, de que “o jornalismo importa” [*journalism matters*], como escreveu Barbie Zelizer numa das suas obras mais recentes (2004), esclarecendo que ele importa de muitos diferentes modos e em muito diversas circunstâncias. Ora o reconhecimento de que “o jornalismo importa” acaba por ser a pré-condição necessária para uma atitude que acarreta desafios, exigências e implicações em múltiplos domínios, mas que, tal como Zelizer (2004: 215), consideramos actual, premente e urgente: a atitude de “levar o jornalismo a sério”, não iludindo as suas “sombras”, mas não escamoteando também as suas “luzes”.

* * *

Um trabalho com as características deste que aqui se conclui, abordando a complexa riqueza de temas que este aborda, é sempre um ponto de chegada – mas não é menos um ponto de partida. O que se aprende ao fazê-lo é coisa pouca quando comparada com a quantidade de novas interrogações, novas dúvidas, novas reflexões que ele suscita. Nunca está completo e parece até que quanto mais se desenvolve, mais portas se insinuam para outros percursos de investigação que lhe acrescentem exigência, pertinência e sentido.

Acresce que os mundos do jornalismo e da comunicação (como muito do mundo em geral, de resto) atravessam um tempo particularmente intenso de mudanças, de perplexidades quanto ao próximo futuro, de desafios cujo alcance mal se vislumbra. As etapas parecem suceder-se a um ritmo cada vez mais acelerado: o cenário multimediático com que hoje nos confrontamos era dificilmente previsível há apenas meia dúzia de anos. Estamos ainda no primeiro decénio de um novo século e, olhando para trás, sentimos como estão já tão distantes, por exemplo, os tão próximos (e tão modernos) anos 90. A Internet, o *e-mail*, o telemóvel, a banda larga, o Google, o YouTube, os blogues, o OhMyNews, o iPod, o Mp3, os Podcasts, o Messenger... A paisagem mediática não cessa de receber novos protagonistas e actores, uns convivendo com os mais velhos, outros interpelando-os e fazendo-os mexer, outros ainda cortando cerce com o que parecia que sempre seria.

Os próprios contornos e meandros desta mudança – ou de um ambiente que porventura nunca mais deixará de estar *em permanente mudança* – são um estimulante repto à investigação nas áreas da comunicação e, especificamente, do jornalismo. O que é que está de facto a passar por dentro dele e a passar-se dentro dele? Como lidam com isso

os profissionais, hoje? Em que pé se sentem, no local de trabalho concreto para onde vão todos os dias e à frente do computador por onde passa tanto do que hoje (se) comunica? E a própria mudança, de que natureza é? Há novos paradigmas emergindo e afirmando-se no jornalismo (ou naquilo a que nos habituámos a chamar jornalismo)? Ou é dentro do paradigma que as evoluções acontecem? E o que significa uma ou outra hipótese? E por onde passam as novas “fronteiras” destes territórios – se é que se considera útil ou necessário continuar a traçar fronteiras?

Especialmente complexa, mas não menos imperativo, é a reflexão – que no caso vertente muito interessa – sobre as implicações destes novos cenários na formação de futuros profissionais do jornalismo e dos *media*. A natureza polifacetada das suas funções tende a aumentar. As exigências que eles mesmos colocam são crescentes. E as responsabilidades pela procura de vias inovadoras para lugares de encontro entre os mundos académico e profissional batem à porta de ambos.

Os desafios éticos e deontológicos, enfim, parecem ser aquilo que sempre permanece mas, simultaneamente, aquilo que mais dificuldades suscita, apesar dos consensos fáceis invocados como uma espécie de chavão. Para além das declarações de princípios e do universo de boas intenções, mais frutuoso será o estudo sobre o que de facto se faz ou pode fazer neste campo, dando tradução efectiva às exigências de prestação de contas ao público, escrutinando os mecanismos de auto-regulação existentes e disseminando as suas práticas, convocando para a reflexão e o debate todos os intervenientes no processo informativo: os poderes públicos, os saberes científicos, os profissionais, as empresas, os cidadãos. Todos estão implicados, se desejam – como cremos que vale a pena – tomar a sério aquilo a que chamamos jornalismo, sabendo (ou buscando saber melhor) o que com isso queremos significar.

* * * * *

Bibliografia

- AAVV (2006). “Dez anos de jornalismo digital em Portugal”, *Comunicação e Sociedade*, nº 9 (no prelo).
- ARISTÓTELES (350 A.C.). *Ética a Nicómaco*. [Trad.: W. D. Ross]. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (BOCC), <www.bocc.ubi.pt>
- ABBOTT, Andrew (1989). “The New Occupational Structure - What are these Questions?”, *Work and Occupations*, vol. 16, nº 3 (Agosto), pp. 273-291.
- ABBOTT, Andrew (1988). *The System of Professions - An Essay on the Division of Expert Labour*. Chicago: The University of Chicago Press.
- ABELLÁN, Joaquín (2001). *Introdução*, in WEBER, Max (1919/2001), *La ciencia como profesión. La política como profesión*. Madrid: Espasa. [Ed. Original: 1919].
- AGUINAGA, Enrique de (2001). “Dimensión científica del periodismo”, *Sala de Prensa*, ano III, vol. 2 (Janeiro).
<<http://www.saladeprensa.org/art185.htm>>, acedido em 04-10-2002
- AGUINAGA, Enrique de (2000). “El periodista en el umbral del siglo XXI”, *Sala de Prensa*, ano III, vol. 2 (Outubro).
<[Http://www.saladeprensa.org/art157.htm](http://www.saladeprensa.org/art157.htm)>, acedido em 04-10-2002
- ALBA, Gerardo (2003). “Contextos jurídico, político y social del defensor del lector”, *Sala de Prensa*, ano V, vol. 2, nº 53.
<<http://www.saladeprensa.org/art428.htm>>, acedido em 12 -01-2005.
- ALBERT, Pierre (1970). *Histoire de la presse*. Paris: Presses Universitaires de France.
- ALDRIDGE, Meryl (2003). “Journalistes au Royaume-Uni : «l’exceptionnalisme» britannique”, *Hermès*, nº 35, pp. 155-163.
- ALDRIDGE, Meryl & EVETTS, Julia (2003). “Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism”, *British Journal of Sociology*, vol. 54, nº 4 (Dezembro), pp. 547-564.

- ALVES, Aníbal (1996, Julho). “A Ética, os Media e as Ciências Sociais na Perspectiva dos Mediadores/Jornalistas”. Intervenção nas Conferências da Arrábida sobre “*A Ética, a Credibilidade e o Mercado dos Media*” (documento policopiado).
- ARENS, Edmund (1997). “Discourse ethics and its relevance for communication and media ethics”, in CHRISTIANS, Clifford & TRABER, Michael (eds.) (1997), *Communication Ethics and Universal Values*. Thousand Oaks (USA): Sage, pp. 46-67.
- AURÉLIO, Diogo Pires (2001). *Livro de Reclamações – Exercícios de deontologia da informação*. Lisboa: Editorial Notícias.
- AUROUX, Sylvain & WEIL, Yvonne (1997). *Dicionário de Filosofia*. Porto: Edições Asa.
- AZNAR, Hugo (2005a). *Comunicación responsable – Deontología y autorregulación de los medios* [2ª ed., actualizada]. Barcelona: Ariel Comunicación. [1ª ed.: 1999].
- AZNAR, Hugo (2005b). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales – Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Paidós.
- AZNAR, Hugo (2005c). *Pautas éticas para la comunicación social*. Valencia: Universidad Cardenal Herrera-CEU.
- AZNAR, Hugo (2000a). “Medios de comunicación y esfera pública: el papel de la autorregulación”, in AZNAR, Hugo & VILLANUEVA, Ernesto (coord.) (2000), *Deontología y autorregulación informativa – Ensayos desde una perspectiva comparada*. México: Universidad Iberoamericana, pp. 139-168.
- AZNAR, Hugo (1999). *Ética e periodismo — Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós.
- AZNAR, Hugo (1997). “El debate sobre la profesionalización del Periodismo: de la titulación a la organización”, *ZER-Revista de Estudios de Comunicación*, nº 3, Novembro. <<http://www.ehu.es/zer/>>
- AZNAR, Hugo & VILLANUEVA, Ernesto (coord.) (2000). *Deontología y autorregulación informativa – Ensayos desde una perspectiva comparada*. México: Universidad Iberoamericana.
- BAERTSCHI, Bernard (2001). “La place du normatif en morale”, *Philosophiques*, nº 28/1, Primavera, pp. 69-86.
- BAUER, David / AP (2003, Abril). “Pentágono faz avaliação positiva da ‘incorporação’ de jornalistas”, *Público*, edição de 26-04-2003.

- BALLE, Francis (1987). *Et si la presse n'existait pas?...*, Paris: JCLattès.
- BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996). *Savoirs théoriques et savoirs d'action*, Paris: Presses Universitaires de France.
- BARDOEL, Jo & d'HAENENS, Leen (2004). "Media Meet the Citizen – Beyond Market Mechanisms and Government Regulations", *European Journal of Communication*, vol. 19(2), pp. 165-194.
- BARRERA, Carlos (2004a). "La progressiva modernización de la prensa en España", in BARRERA, Carlos (coord.), *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona: Ariel, pp. 119-134.
- BARRERA, Carlos (2004b). "Los medios de comunicación en España", in BARRERA, Carlos (coord.), *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona: Ariel, pp. 285-317.
- BELSEY, Andrew & CHADWICK, Ruth (1995). "Ethics as a vehicle for media quality", *European Journal of Communication*, vol. 10 (4), pp. 461-473.
- BENSON, Rodney & NEVEU, Erik (ed.) (2005a). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge : Polity Press.
- BENSON, Rodney & NEVEU, Erik (2005b). " Introduction : Field Theory as a Work in Progress", in BENSON, Rodney & NEVEU, Erik (ed.) (2005a). *Bourdieu and the Journalistic Field*, Cambridge : Polity Press, pp. 1-25.
- BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas (1966/1999). *A Construção Social da Realidade*. Lisboa : Dinalivro. [Ed. original : 1966]
- BERNADOU, Alain (1996). "Savoir théorique et savoirs pratiques - l'exemple medical", in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d'action*, Paris: Presses Universitaires de France, pp. 29-41
- BERNIER, Marc-François (1998). "L'autorégulation pragmatique du journalisme en Amérique du Nord ", *Recherches en communication*, n° 9, pp. 47-70.
- BERNIER, Marc-François (1996). "Les conditions de légitimité du journalisme: esquisse d'un modèle théorique", *Les Cahiers du Journalisme*, n° 2, Dezembro, pp.176-192.
- BERNIER, Marc-François (1995). *Les planqués – Le journalisme victime des journalistes*. Montréal (Canada) : VLB Éditeur.
- BERNIER, Marc-François (1994). *Éthique et Déontologie du Journalisme*. Sainte-Foy (Quebec): Les Presses de l'Université Laval.
- BERRY, Michel (1996). "Savoirs théoriques et gestion", in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d'action* Paris: Presses Universitaires de France, pp. 43-56.

- BERTRAND, Claude-Jean (2000). “A autonomia do jornalista cresce, se crescer o apoio do público”[entrevista], *Jornalismo e Jornalistas* nº 4, Outubro/Dezembro.
- BERTRAND, Claude-Jean (org.) (1999). *L'Arsenal de la Démocratie – Médias Déontologie et M*A*R*S**. Paris: Economica.
- BERTRAND, Claude-Jean (1997). *La Déontologie des Médias*. Paris: Presses Universitaires de France.
- BIRKHEAD, Douglas (1997). “Should Professional Competence Be Taught as Ethical?”, *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 12, nº 4, pp. 211-220.
- BLACK, Julia (2002). *Critical reflections on regulation*. Londres: London School of Economics and Political Science.
- BLACKBURN, Simon (1997). *Dicionário de Filosofia*. Lisboa: Gradiva.
- BLÁZQUEZ, Niceto (2002). *La nueva ética en los medios de comunicación*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- BLIN, Jean-François (1997). *Représentations, pratiques et identités professionnelles*. Paris. L'Harmattan.
- BOLADERAS, Margarita (1996). *Comunicación, Ética y Política – Habermas y sus Críticos*. Madrid: Tecnos.
- BOORSTIN, Daniel (1987). *The Image – A Guide to Pseudo-Events in America*. Nova Iorque: Vintage Books. [1ª ed.: 1961]
- BOURDIEU, Pierre (2005). “The Political Field, the Social Field, and the Journalistic Field”, in BENSON, Rodney & NEVEU, Erik (ed.) (2005a), *Bourdieu and the Journalistic Field*, Cambridge : Polity Press, pp. 29-47.
- BOURDIEU, Pierre (1997). *Sobre a Televisão*. Lisboa: Celta.
- BOURDIEU, Pierre (1996). “Journalisme et Éthique”, *Les Cahiers du Journalisme*, nº 1. <www.homme-moderne.org/societe/socio/bourdieu/Bjournal.html>, acedido em 13-10-99.
- BOURDIEU, Pierre (1984). “Espace social et génèse des ‘classes’”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 52-53, Junho, pp.3-15.
- BRIN, Colette & CHARRON, Jean & BONVILLE, Jean de (dir.) (2004). *Nature et transformation du journalisme – Théories et recherches empiriques*. Quebec: Les Presses de l'Université Laval.
- BRUIN, Marjan de (2000). “Gender, organizational and professional identities in journalism”, *Journalism*, vol. 1 (2), pp. 217-238.

- CAMPS, Victoria (1995). “El Lugar de la Ética en los Medios de Comunicación”, in PERALES, E. Bonete (coord.) (1995), *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, Madrid: Editorial Tecnos, pp. 53-64.
- CAREY, James (1989). *Communication as Culture – Essays on Media and Society*. Londres: Routledge.
- CARIA, Telmo (org.) et al. (2005). *Saber profissional*. Coimbra: Almedina.
- CARIA, Telmo (2005). “Trabalho e conhecimento profissional-técnico: autonomia, subjectividade e mudança social”, in CARIA, Telmo (org.) et al. (2005), *Saber profissional*, Coimbra: Almedina, pp. 17-42.
- CARREIRA DA SILVA, Filipe (2002). *Espaço Público em Habermas*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- CARVALHO, A. Arons & CARDOSO, A. Monteiro & FIGUEIREDO, J. Pedro (2005). *Legislação Anotada da Comunicação Social*. Lisboa: Casa das Letras.
- CASASÚS, Josep Maria (2001, Dezembro). “Sobre el origen del ‘ombudsman’ de prensa”, *La Vanguardia*, edição de 30-12-2001.
- CASASÚS, Josep Maria (2000, Dezembro). “Mensajes de Defensa y Mediación”, *La Vanguardia*, edição de 31-12-2000.
- CEBRIÁN, Juan Luis (2004, Outubro), “El periodismo en los tiempos de cólera”, *El País*, edição de 18-10-2004.
- CHALABY, Jean (2003). “O jornalismo como invenção anglo-americana – Comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano (1830-1920)”, *Media & Jornalismo*, (3) 2003, pp. 29-50 [Originalmente publicado em 1996, no *European Journal of Communication*, vol. II, nº 3].
- CHAMPAGNE, Patrick (1996). “Le traitement médiatique des malaises sociaux”, *Les Cahiers du Journalisme*, nº 2, Dezembro, pp. 8-14.
- CHANGEUX, Jean-Pierre (dir.) (1997). *Uma Mesma Ética para Todos?*. Lisboa: Instituto Piaget.
- CHAPARRO, Manuel Carlos (2001). *Linguagem dos conflitos*. Coimbra: Minerva.
- CHARON, Jean-Marie & MERCIER, Arnaud (2003). “Introduction – pour en finir avec «le pouvoir des journalistes»”, *Hermès*, nº 35, pp. 23-31.

- CHARRON, Jean & BONVILLE, Jean de (2004a). "La notion de paradigme journalistique: aspects théorique et empirique", in BRIN, Colette & CHARRON, Jean & BONVILLE, Jean de (dir.) (2004), *Nature et transformation du journalisme – Théories et recherches empiriques*, Quebec: Les Presses de l'Université Laval, pp. 33-56.
- CHARRON, Jean & BONVILLE, Jean de (2004b). "Éléments d'un modèle théorique du changement dans le journalisme", in BRIN, Colette & CHARRON, Jean & BONVILLE, Jean de (dir.) (2004), *Nature et transformation du journalisme – Théories et recherches empiriques*, Quebec: Les Presses de l'Université Laval, pp. 57-86.
- CHARRON, Jean & BONVILLE, Jean de (2004c). "Les mutations du journalisme: modèle explicatif et orientations méthodologiques", in BRIN, Colette & CHARRON, Jean & BONVILLE, Jean de (dir.) (2004), *Nature et transformation du journalisme – Théories et recherches empiriques*, Quebec: Les Presses de l'Université Laval, pp. 87-120.
- CHRISTIANS, Clifford (1997). "The Ethics of Being in a Communications Context", in CHRISTIANS, Clifford & TRABER, Michael (ed.), *Communication Ethics and Universal Values*, Thousand Oaks (EUA) : Sage, pp. 3-23.
- CHRISTIANS, Clifford (1989). "Ethical Theory in a Global Setting", in COOPER, Thomas *et al.* (1989), *Communication Ethics and Global Change*, Nova Iorque: Longmann, pp. 3-19.
- CHRISTIANS, Clifford & NORDENSTRENG, Kaarle (2004). "Social responsibility worldwide", *Journal of Mass Media Ethics*, n° 19 (1), pp. 3-28.
- CHRISTIANS, Clifford & TRABER, Michael (ed.) (1997). *Communication Ethics and Universal Values*. Thousand Oaks (EUA) : Sage.
- COLASSE, Bernard (1996). "La comptabilité : un savoir d'action en quête de théories", in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d'action*, Paris: Presses Universitaires de France.
- COLEMAN, Renita & WILKINS, Lee (2004). "The moral development of journalists : a comparison with other professions and a model for predicting high quality ethical reasoning", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 17 (3), pp. 209-255.

- COLEMAN, Renita & WILKINS, Lee (2002). "Searching for the ethical journalist: an exploratory study of the ethical development of news workers", *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 81, nº 3, Outono, pp. 511-527.
- COOPER, Thomas (1989). "Global Universals : In Search of Common Ground", in COOPER, Thomas *et al.* (1989), *Communication Ethics and Global Change*, Nova Iorque: Longmann, pp. 20-39.
- COOPER, Thomas *et al.* (1989), *Communication Ethics and Global Change*. Nova Iorque : Longmann.
- CORNU, Daniel (1999). *Jornalismo e Verdade – Para uma Ética da Informação*. Lisboa: Instituto Piaget. [Ed. original: 1994].
- CORNU, Daniel (1998). "Les échecs des tentatives de régulation internationale", *Recherches en Communication*, nº 9, pp. 33-46.
- CORNU, Daniel (1997). *Éthique de l'Information*. Paris: Presses Universitaires de France.
- CORREIA, Fernando (2000). *Jornalismo e Sociedade*. Lisboa: Editorial Avante.
- CORREIA, Fernando (1995). "Contributo para o estudo do ensino do jornalismo em Portugal", *O Professor*, nº 44, III Série, Maio/Junho, pp. 53-61.
- CORREIA, Fernando & BAPTISTA, Carla (2005). "O ensino e a valorização profissional do jornalismo em Portugal (1949/1974)", *Cultura – Revista de História e Teoria das Ideias*, vol. XXI (2ª Série), pp. 233-256.
- COUTURE, Denise (1988a). "Enjeux actuels en sociologie des professions", *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, nº 2, Outubro, pp. 5-7.
- COUTURE, Denise (1988b). "Technologies médicales et statut des corps professionnels dans la division du travail socio-sanitaire", *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, nº 2, Outubro, pp. 77-89.
- CROMPTON, Rosemary (1990). "Professions in the current context", *Work, Employment & Society*, nº especial, Maio, pp. 147-166.
- CRUZ, M. Braga da (org.) (2001). *Teorias Sociológicas – Os Fundadores e os Clássicos (Antologia de Textos), I Volume*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CURRAN, James & GUREVITCH, Michael (2000). *Mass Media and Society*. Londres: Arnold.
- DECOMPS, Bernard & MALGLAIVE, Gérard (1996). "Comment asseoir le concept d'université professionnelle ?", in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d'action*, Paris: Presses Universitaires de France, pp. 57-72.

- DELFORCE, Bertrand (1996). “La responsabilité sociale des journalistes: donner du sens”, *Les Cahiers du Journalisme*, n° 2, Dezembro, pp. 16-32.
- DELPORTE, Christian (1995). *Histoire du journalisme et des journalistes en France*. Paris: Presses Universitaires de France.
- DELPORTE, Christian (1999). *Les journalistes en France, 1880-1950 / Naissance et construction d'une profession*. Paris: Seuil.
- DEMAILLY, Lise (1987). “La qualification ou la compétence professionnelle des enseignants”, *Sociologie du Travail*, n° 1/87, pp. 59-69.
- DEMERS, François (2003). “Journalistes au Canada et au Québec: reconfiguration générale”, *Hermès*, n° 35, pp. 165-173.
- DEMERS, François (1992). “L'échec du discours éthique des journalistes à la lumière de « l'analyse stratégique »”, *Communication*, vol. 13, n° 1, pp. 47-69.
- DENNIS, Everette (1990). “Responsabilidade social, representação e realidade”, in ELLIOT, Deni (ed.) (1990), *Jornalismo versus Privacidade*, Rio de Janeiro: Nórdica. pp. 104-114. [Ed. original: 1986]
- DERBER, Charles & SCHWARTZ, William (1988). “Des hiérarchies à l'intérieur de hiérarchies – Le pouvoir professionnel à l'oeuvre”, *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, n° 2, Outubro, pp. 55-76.
- DEVILLARD, Valérie, LAFOSSE, Marie-Françoise, LETEINTURIER, Christine e RIEFFEL, Rémy (2001). *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000. Profils et parcours*. Paris: Éditions Panthéon-Assas.
- DONSBACH, Wolfgang (2004). “Psychology of news decisions – Factors behind journalists' professional behaviour”, *Journalism*, vol. 5 (2): pp. 131-157.
- DONSBACH, Wolfgang (1981). “Legitimacy through competence rather than value judgements: the concept of journalistic professionalization reconsidered”, *Gazette*, n° 27, pp. 47-67.
- DUBAR, Claude (2000). *La crise des identités — L'interprétation d'une mutation*. Paris: Presses Universitaires de France.
- DUBAR, Claude (1997). *A socialização – Construção das identidades sociais e profissionais*. Porto: Porto Editora.
- DUBAR, Claude (1996). “La sociologie du travail face à la qualification et la compétence”, *Sociologie du Travail*, n° 2/96, pp. 179-193.
- DUBAR, Claude (1987). “La Qualification à travers les journées de Nantes”, *Sociologie du Travail*, n° 1/87, pp. 3-14.

- DUBAR, Claude & TRIPIER, Pierre (1998). *Sociologie des professions*. Paris: Armand Colin.
- DUGUÉ, Elisabeth (1999). “La logique de la compétence: le retour du passé”, *Éducation Permanente*, nº 140/1999-3, pp. 7-18.
- DUPUY, Jean-Pierre (2001). *Ética e Filosofia da Acção*. Lisboa: Instituto Piaget.
- DURKHEIM, Émile (1893/2001). “Sobre a divisão do trabalho social”, in BRAGA DA CRUZ, Manual (org.) (2001), *Teorias sociológicas – Os fundadores e os clássicos (Antologia de textos)*. Lisboa : Fundação Calouste Gulbenkian. [3ª edição].
- DUSSAULT, Gilles (1988). “La régulation des professions sanitaires: l’expérience du Québec”, *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, nº 2, Outubro, pp. 125-139.
- ELLIOTT, Deni (1997). “Universal values and moral development theories”, in CHRISTIANS, Clifford & TRABER, Michael (ed.) (1997), *Communication Ethics and Universal Values*, Thousand Oaks (EUA) : Sage, pp. 68-83.
- ELLIOTT, Deni (ed.) (1990). *Jornalismo versus Privacidade*. Rio de Janeiro: Nórdica. [Ed. original: 1986].
- ELLIOTT, Deni (1990), “Bases para a responsabilidade dos meios de informação”, in ELLIOT, Deni (ed.) (1990), *Jornalismo versus Privacidade*. Rio de Janeiro: Nórdica, pp. 35-48. [Ed. original: 1986]
- ELSAKA, Nadia (2005). “New Zealand Journalists and the Appeal of ‘Professionalism’ as a Model of Organisation: an historical analysis”, *Journalism Studies*, vol. 6, nº 1, pp. 73-86.
- ENCABO, M. Nuñez (1995). “The Ethics of Journalism and Democracy”, *European Journal of Communication*, vol. 10 (4), pp. 513-526.
- ERICSON, Richard, BARANEK, Patricia & CHAN, Janet (1989). *Negotiating Control — A Study of News Sources*. Toronto: University of Toronto Press.
- ESTEVEES, J. Pissarra (org.) (2002). *Comunicação e Sociedade*. Lisboa : Livros Horizonte.
- ESTEVEES, J. Pissarra (1998). *A ética da comunicação e os media modernos – Legitimidade e poder nas sociedades complexas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- ETTEMA, James & GLASSER, Theodore (1987). “Public Accountability or Public Relations? Newspaper Ombudsmen Define Their Role”, *Journalism Quarterly*, vol. 64, nº 1, pp. 3-12.
- EVETTS, Julia (2003), “The Sociological Analysis of Professionalism – Occupational Change in the Modern World”, *International Sociology*, vol. 18 (2), pp. 395-415.

- FABRE, Maurice (1967). *História da Comunicação*. Lisboa: Moraes.
- FERENCZI, Thomas (1996). *L’Invention du Journalisme en France*. Paris: Petite Bibliothèque Payot.
- FEYEL, Gilles (1995). “Aux origines de l’identité professionnelle des journalistes: les congrès internationaux des associations de la presse (1894-1914)”, in MATHIEN, Michel & RIEFFEL, Rémy (dir.) (1995), *L’identité professionnelle des journalistes – Actes du colloque de Strasbourg, 25 et 26 novembre 1994*, Estrasburgo: Alphacom-CUEJ, pp. 139-162.
- FIDALGO, António (1997). *A distância como virtude. Considerações sobre a ética da comunicação*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (BOCC), <www.bocc.ubi.pt>.
- FIDALGO, Joaquim (2006). “Novos desafios a um velho ofício ou... um novo ofício? – A redefinição da profissão de jornalista”, *Comunicação e Sociedade* (no prelo). <www.comunicacao.uminho.pt/doc/fidalgo/jfidalgo_artigo_mediascopio.pdf>
- FIDALGO, Joaquim (2004a). *Em nome do leitor – As colunas do Provedor do PÚBLICO*. Coimbra: Minerva.
- FIDALGO, Joaquim (2004b). “Jornalistas: um perfil sócio-profissional em mudança”, *Comunicação e Sociedade*, nº 5, 2004, pp. 63-74.
- FIDALGO, Joaquim (2004c, Abril). “O caso Jayson Blair/ The New York Times: da responsabilidade individual às culpas colectivas”. Comunicação apresentada no *II Congresso Ibérico de Ciências da Comunicação / III Congresso da SOPCOM*, Universidade da Beira Interior / Covilhã, Portugal.
- FIDALGO, Joaquim (2003). “De que é que se fala quando se fala em serviço público de televisão?”, in PINTO, Manuel (coord.) *et al.* (2003), *Televisão e Cidadania – Contributos para o debate sobre o serviço público*, Braga: Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 13-32.
- FIDALGO, Joaquim (2000a). “A Questão das Fontes nos Códigos Deontológicos dos Jornalistas”, *Comunicação e Sociedade* 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), pp. 319-337.
- FIDALGO, Joaquim (2000b). “Novos Desafios para a Imprensa Escrita e para o Jornalismo”, in PINTO, Manuel (coord.) (2000), *A Comunicação e os Media em Portugal – Cronologia e Leitura de Tendências*. Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

- FIGUEIREDO, Leonor (2004, Junho). “Media assinaram plataforma para definir um código de ética comum”, *Diário de Notícias*, edição de 10 /6/2004.
- FRANCO, Graça (1993). *A Censura à Imprensa (1820-1974)*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- FREIDSON, Eliot (2004). *Professionalism – The Third Logic*. Cambridge: Polity Press. [1ª edição: 2001]
- FREIDSON, Eliot (1998). “Quelle étude des professions après Chicago?”, *DEES* [act. *IDEES – La Revue des Sciences Économiques et Sociales*], nº 114, Dezembro, pp. 50-54. [Transcrição de conferência apresentada em Abril de 1998].
<www.cndp.fr/revueDEES/pdf/114/05005411.pdf>, acedido em 12/06/06.
- FROHLICH, Romy & HOLTZ-BACHA, Christina (eds.) (2003). *Journalism Education in Europe and North America. An International Comparison*. New Jersey: Hampton Press.
- FROST, Chris (2000). *Media Ethics and Self-Regulation*. Londres: Longman.
- GALATANOU, Olga (1996). “Savoirs théoriques et savoirs d’action dans la communication didactique”, in BARBIER, Jean-Marie (dir.), *Savoirs théoriques et savoirs d’action*, Paris: Presses Universitaires de France, pp. 101-118.
- GALDÓN, Gabriel (coord.) (2001a). *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona : Ariel.
- GALDÓN, Gabriel (2001b). “Hacia una nueva era informativa”, in GALDÓN, Gabriel (coord.) (2001a), *Introducción a la comunicación y a la información*, Barcelona : Ariel, pp. 293-298.
- GANS, Herbert (1980). *Deciding what’s news - A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Nova Iorque : Vintage Books.
- GARCIA, José Luis (1995), “Os jornalistas portugueses enquanto actores do espaço público mediatizado – Legitimidade, poder e interpermutação”, *Comunicação e Linguagens*, nº 21/22, pp. 365-382.
- GARCIA, Luis (1994), “Principais tendências de evolução do universo dos jornalistas portugueses”, *Vértice*, nº 60, Maio/Junho, pp. 69-76.
- GARRETT, Jan (2005). *Martha Nussbaum on capabilities and human rights*.
<www.wku.edu/~jan.garrett/ethics/nussbaum.htm>, acedido em 27/3/06.
- GARRETT, Jan (2003). *Amartya Sen’s ethics of substantial freedom*.
<www.wku.edu/~jan.garrett/ethics/senethic.htm>, acedido em 27/3/06.
- GAUTHIER, Gilles (1992a). “Présentation”, *Communication*, vol. 13, nº 1, pp. 11-13.

- GAUTHIER, Gilles (1992b), “«Nommer ou ne pas nommer». Un fondement rationnel de la pudeur journalistique”, *Communication*, vol. 13, n° 1, pp. 15-45.
- GAUTHIER, Gilles (1990). “L’éthique de la communication publique: une approche analytique”, *Communication*, vol. 11, n° 2, pp. 121-152.
- GIDDENS, Anthony (1989/2000). *Sociologia*. (2^a edição). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. [Ed. original: 1989].
- GIDDENS, Anthony (1979/2000). *Dualidade da Estrutura – Agência e Estrutura*. Lisboa: Celta [Ed. original: 1979].
- GIDDENS, Anthony (1996). *In Defence of Sociology – Essays, Interpretations & Rejoinders*. Cambridge : Polity Press.
- GIROUX, Guy (1991). “La déontologie professionnelle dans le champ du journalisme. Portée et limites”, *Communication*, vol. 12, n° 2, pp. 117-138.
- GLASSER, Theodore (1999), “L’ombudsman de presse”, in BERTRAND, Claude-Jean (org.), (1999), *L’Arsenal de la Démocratie – Médias, Déontologie et M*A*R*S**, Paris: Economica, pp. 277-284.
- GOMIS, Lorenzo (1991). *Teoría del periodismo — Como se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- GOODWIN, H. Eugene (1986/1993). *Procura-se Ética no Jornalismo*. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica. [Ed. original: 1986]
- GOREN, Dina (1989). “Journalists as scientists or prophets?”, *The American Behavioral Scientist*, vol. 33, 2, Nov./Dez., pp. 251-254.
- GOSSELIN, André (1992). “Le champ éthique de la pratique du journalisme et du droit à l’information”, *Communication*, vol. 13, n° 1, pp. 71-91.
- GREVISSE, Benoît (2003). “Légitimité, éthique et déontologie”, *Hermès*, n° 35, pp. 223-230.
- GREVISSE, Benoît (1998). “Autorégulation ou Déontologie? Les conditions d’un débat sur les pratiques journalistiques”, *Recherches en Communication*, n° 9, pp. 7-24.
- GRIMSHAW, Jean (1995). “La idea de una ética femenina”, in SINGER, Peter (ed.), *Compendio de Ética*, Madrid: Alianza Editorial.
- GRIZE, Jean-Blaise (1996). “Savoirs théoriques et savoirs d’action : point de vue logico-discursif”, in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d’action*, Paris: Presses Universitaires de France, pp. 119-129.

- GUILLAMET, Jaume (2004), “De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta nel XIX”, in BARRERA, Carlos (coord.) (2004), *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona: Ariel, pp. 43-76.
- HAARSCHER, Guy & LIBOIS, Boris (ed.) (1995). *Les médias entre droit et pouvoir – Redéfinir la liberté de la presse*. Bruxelles: Éditions de l’Université de Bruxelles.
- HABER, Stéphane (2001). *Jürgen Habermas, une introduction*. Paris: La Découverte.
- HABERMAS, Jürgen (1991/2000). *Aclaraciones a la ética del discurso*. [Tradução de Manuel Jiménez Redondo] [Edição original em alemão: 1991].
<http://www.ucm.es/info/eurotheo/e_books/habermas/index.html>,
acedido em 16-9-2004.
- HABERMAS, Jürgen (1987). *Théorie de l’agir communicationnel (Tome 1 - Rationalité de l’agir et rationalisation de la société)*. Paris : Fayard [Ed. original : 1981]
- HABERMAS, Jürgen (1986). *Morale et communication - Conscience morale et activité communicationnelle*. Paris: Flammarion. [Edição original em alemão : 1983]
- HALLIDAY, T. C. (1987). *Beyond monopoly*. Chicago: University of Chicago.
- HALLIN, Daniel & MANCINI, Paolo (2004). *Comparing Media Systems - Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HAMELINK, Cees (1995). “Ethics for Media Users”, *European Journal of Communication*, vol. 10 (4), pp. 497-512.
- HAMPTON, Mark (2005). “Defining Journalists in Late-Nineteenth Century Britain”, *Critical Studies in Media Communication*, vol. 22, nº 2 (Junho), pp. 138-155.
- HARTUNG, Barbara, JACOBY, Alfred & DOZIER, David (1988). “Readers’ Perceptions of Purpose of Newspaper Ombudsman Program”, *Journalism Quarterly*, vol. 65, nº 4, pp. 914-919.
- HEIJDEN, Beatrice van der & BARBIER, Gildas (1999), “La compétence, sa nature et son développement – Une approche anglo-saxonne”, *Éducation Permanente*, nº 141/1999-4, pp. 119-137.
- HODGES, Louis W. (1990). “Definindo a Responsabilidade da Imprensa: uma Abordagem Funcional”, in ELLIOT, Deni (ed.) (1990), *Jornalismo versus Privacidade*, Rio de Janeiro: Nórdica, pp. 15-34. [Ed. original: 1986]
- HØYER, Sverre (2005a). “The Idea of the Book – Introduction”, in HØYER, Sverre & PÖTTKER, Horst (eds.) (2005), *Diffusion of the News Paradigm 1850-2000*, Gotemburgo: Nordicom, pp. 9-18.

- HØYER, Sverre (2005b). “Old and New Journalism in the London Press. The 1880s and the 1890s”, in HØYER, Sverre & PÖTTKER, Horst (eds.) (2005), *Diffusion of the News Paradigm 1850-2000*, Gotemburgo: Nordicom, pp. 65-72.
- HØYER, Sverre & PÖTTKER, Horst (eds.) (2005). *Diffusion of the News Paradigm 1850-2000*. Gotemburgo: Nordicom.
- HØYER, Sverre & LAUK, Epp (2003). “The Paradoxes of the Journalistic Profession - An Historical Perspective”, *Nordicom Review*, vol. 24, nº 2.
<http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/32_003-018.pdf>,
acedido em 20-01-06.
- JACOBY, Alfred (1999). “Expérience de médiateur”, in BERTRAND, Claude-Jean (org.) (1999), *L'Arsenal de la Démocratie – Médias Déontologie et M*A*R*S**, Paris: Economica, pp. 285-290.
- JANOWITZ, M. (1975). “Professional Models in Journalism: the Gatekeeper and the Advocate”, *Journalism Quarterly*, nº 52, pp. 618-626.
- JEANNENEY, Jean-Noel (1996). *Uma História da Comunicação Social*. Lisboa: Terramar.
- JOHANNESSEN, Richard (2001). “Communication Ethics: Centrality, Trends and Controversies”, in GUDYKUNST, William (ed.) (2001), *Communication Yearbook 25*, International Communication Association (ICA), pp. 201-235.
- JONAS, Hans (1984). *The Imperative of Responsibility – In Search of an Ethics for the Technological Age*. Chicago: The University of Chicago Press.
- JOSEPHI, Beate (2005). “Journalism in the Global Age”, *Gazette*, vol. 67 (6), pp. 575-590.
- JOSEPHI, Beate (2002, Julho). “Ethics as regulatory mechanism?”. Comunicação apresentada na *Conferência da IAMCR – International Association for Media and Communication Research*, Barcelona (Espanha). (Documento policopiado.)
- KAPOOR, Suraj e SMITH, Ralph (1979). “The Newspaper Ombudsman – A Progress Report”, *Journalism Quarterly*, vol. 56, nº 3 (Outono), pp. 628-631.
- KARAM, Francisco José (2000), “A antiguidade greco-romana, o lead e a contemporânea narrativa jornalística”, *Sala de Prensa*, ano III, vol. 2, nº 22 (Agosto).
<www.saladeprensa.org/art150.htm>, acedido em 01/09/2000.
- KARAM, Francisco José (1997). *Jornalismo, Ética e Liberdade*. São Paulo: Summus.
- KAUL, Arthur J. (1986). “The Proletarian Journalist: A Critique of Professionalism”, *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 1, nº 2, pp. 47-55.

- KEANE, John (1991). *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- KIERAN, Matthew (1997), *Media Ethics – A Philosophical Approach*. Westport, Connecticut: Praeger.
- KIERAN, Matthew, MORRISON, David & SVENNEVIG, Michael (2000). “Privacy, the public and journalism - towards an analytic framework”, *Journalism*, vol. 1, n° 2 (Agosto), pp. 145-169.
- KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom (2001/2004). *Os Elementos do Jornalismo – O que os profissionais devem saber e o público deve exigir*. Porto : Porto Editora. [Ed. original : 2001, EUA].
- KRAUSE, Elliott A. (1988). “Les guildes, l’État et la progression du capitalisme: les professions savantes de 1930 à nos jours”, *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, n° 2, (Outubro), pp. 91-124.
- LACAN, Jean-François (1994). “Journal d’un chien”, in LACAN, Jean-François & PALMER, Michael & RUELLAN, Denis (1994), *Les journalistes - Stars, scribes et scribouillards*, Paris: Syros, pp. 9-83.
- LAITILA, Tiina (1995). “Journalistic codes of ethics in Europe”, *European Journal of Communication*, vol. 10 (4), pp. 527-544.
- LANGLOIS, Simon & SAUVAGEAU, Florian (1989). “L’image de l’ombudsman de presse dans deux quotidiens canadiens”, *Communication*, vol. 10, n° 2/3 (Outono), pp. 189-210.
- LARA, Pedro (1995). *La empresa periodística en vivo – Del autoritarismo a la democracia*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- LARSON, Magali (1988). “À propos des professionnels et des experts: ou comme il est peu utile d’essayer de tout dire”, *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, n° 2 (Outubro), pp. 23-40.
- LARSON, Magali (1977). *The rise of professionalism – A sociological analysis*. Berkeley : University of California Press.
- LATOUR, Bruno (1996). “Sur la pratique des théoriciens”, in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d’action*, Paris: Presses Universitaires de France pp. 131-146.
- LAVINE, John & WACKMAN, Daniel (1992). *Gestión de empresas informativas*. Madrid : Ediciones Rialp.
- LE BOHEC, Jacques (2000). *Les mythes professionnels des journalistes*. Paris: L’Harmattan.

- LEE, Philip (ed.) (1995). *The Democratization of Communication*. Cardiff: University of Wales Press.
- LEGAULT, Marie-Josée (1988). “Le métier de chercheur scientifique en sciences sociales et la sociologie des professions”, *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, n° 2 (Outubro), pp. 163-176.
- LEHMANN, Jean-Claude (1996). “De la gestion de la complexité à un corpus de « sciences de l’action »”, in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d’action*, Paris: Presses Universitaires de France, pp. 147-159.
- LEWIS, Jenny & MARJORIBANKS, Timothy & PIROTTA, Marie (2003). “Changing professions - General Practitioners’ perceptions of autonomy on the frontlines”, *Journal of Sociology*, vol. 39(1), pp. 44-61.
- LIBOIS, Boris (1998). “Autorégulation ou démocratisation?”, *Recherches en Communication*, n° 9, pp. 25-32.
- LIBOIS, Boris (1995a) “Introduction : Redéfinir la liberté de presse”, in HAARSCHER, Guy & LIBOIS, Boris (ed.) (1995) *Les médias entre droit et pouvoir – Redéfinir la liberté de la presse* Bruxelles: Éditions de l’Université de Bruxelles, pp. 7-15.
- LIBOIS, Boris (1995b). “Vers une approche ‘communautaire’ de la liberté de la presse”, in LIBOIS, Boris & HAARSCHER, Guy (ed.) (1995), *Les Médias entre Droit et Pouvoir – Redéfinir la Liberté de la Presse*, Bruxelles: Éditions de l’Université de Bruxelles, pp.34-52.
- LIBOIS, Boris (1994). *Éthique de l’Information – Essai sur la Déontologie Journalistique*. Bruxelles: Éditions de l’Université de Bruxelles.
- LIPPMANN, Walter (1922/2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre [Ed. original : *Public Opinion*, 1922, EUA]
- LOGIÉ, Michel (1971), “*Publics et Techniques de la Diffusion Collective*”. Bruxelles: Universidade Livre de Bruxelles.
- LOPES, Amélia (2001). *Libertar o desejo, resgatar a inovação – A construção de identidades profissionais docentes*. Lisboa: Instituto de Inovação Educacional.
- LOPES, Felisbela (2003). “Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação”, in PINTO, Manuel (coord.) *et al.* (2003), *Televisão e Cidadania – Contributos para o debate sobre o serviço público*, Braga: Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 77-112.

- LOPES, Maria (2001, Setembro). “Jornais norte-americanos rendidos à interactividade”, *Público*, edição de 02/09/2001.
- LÓPEZ, Xosé (2004). “A modo de conclusión: A importancia dos medios de comunicación propios na sociedade mundializada”, in LÓPEZ, Xosé (coord.) (2004), *A importancia dos medios de comunicación propios na sociedade mundializada*, Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, pp. 213-215. [Actas das XII Xornadas Mar por Medio, Ribadeo, Agosto de 2004]
<www.consellodacultura.org/mediateca/publicacions/comunicacion.htm>
- LÓPEZ, Xosé (2001). “Unha mirada ó futuro”, *Estudios de Comunicación*, nº 0, Junho, pp. 209-216.
- MACDONALD, Keith M. (1999). *The Sociology of the Professions*. Londres: Sage. [1ª edição - 1995]
- MACDONALD, Keith M. (1988). “The Sociology of the Professions - Dead or Alive?”, *Work and Occupations*, Vol. 15, nº 3 (Agosto), pp. 251-272.
- MACIÁ BARBER, Carlos (2003). “Un centinela de los públicos en la redacción”, *Sala de Prensa*, ano V, vol. 2, nº 53,
< www.saladeprensa.org/art432.htm > acedido em 10-10-2005.
- MADEIRA, Paulo Miguel (2003, Junho). “Novos desafios à deontologia – Do jornalismo militante ao jornalismo moldado pelo mercado”, *Público*, edição de 08-06-2003.
- MAÑERO, Cristina L. (2000). “Los mecanismos de autorregulación en los medios de comunicación españoles”, in AZNAR, Hugo & VILLANUEVA, Ernesto (coord.) (2000), *Deontología y autorregulación informativa – Ensayos desde una perspectiva comparada*, México: Universidad Iberoamericana, pp. 169-204.
- MANNING, Paul (2001). *News and News Sources – A Critical Introduction*. Londres: Sage.
- MARLIÈRE, Philippe (1998). “Pierre Bourdieu’s Contribution to the Sociology of Media”, *European Journal of Communication*, vol. 13 (2), Junho, pp. 219-234.
- MARTINS, Fernando (2005). *A geração da ética*. Coimbra: Minerva.
- MARTINS, Moisés L. (2003). “Por uma democracia a vir. A televisão de serviço público e a sociedade civil”, in PINTO, Manuel (coord.) *et al.* (2003), *Televisão e Cidadania – Contributos para o debate sobre o serviço público*, Braga: Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 9-12.
- MATA, Maria José (2002). *A Autocrítica no Jornalismo*. Coimbra: Minerva.
- MATHIEN, Michel (1995). *Les journalistes*. Paris: Presses Universitaires de France.

- MATHIEN, Michel (1992). *Les Journalistes et le système médiatique*. Paris: Hachette.
- MATHIEN, Michel (1989). *Le système médiatique – Le journal dans son environnement*. Paris: Hachette.
- MATHIEN, Michel e RIEFFEL, Rémy (dir.) (1995). “L’identité professionnelle des journalistes”. *Actes du Colloque de Strasbourg, 25-26 Novembre 1994*. Estrasburgo: Alphacom.
- MCQUAIL, Denis (2005). “Publication in a free society: the problem of accountability”, *Comunicação e Sociedade*, vol. 7, pp. 235-252.
- MCQUAIL, Denis (2000). *Mass Communication Theory* [4ª edição]. Londres: Sage.
- MCQUAIL, Denis (1997). “Accountability of Media to Society – Principles and Means”, *European Journal of Communication*, vol. 12 (4), pp. 511-529.
- MCNAIR, Brian (1998). *The Sociology of Journalism*. Londres: Arnold Publishers.
- MEDITSCH, Eduardo (1992). *O conhecimento do jornalismo*. Florianópolis : Editora da Universidade Federal Santa Catarina.
- MEDITSCH, Eduardo (2002). “O jornalismo é uma forma de conhecimento?”, *Media & Jornalismo*, vol. I, nº 1 (Outubro), pp. 9-22.
- MELO, J. Marques (2004). “Os primórdios do ensino do jornalismo”, *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. I, nº 2 (2º semestre), pp. 73-83.
- MERRILL, John (2000). *Legacy of Wisdom. Great Thinkers and Journalism*. Iowa (EUA) : Iowa State University Press. [1ª edição : 1994].
- MERRILL, John (1997). *Journalism ethics – Philosophical foundations for News Media*. Nova Iorque : St. Martins’s Press.
- MERRILL, John (1989a). “Global Commonalities for Journalistic Ethics : Idle Dream or Realistic Goal ?”, in COOPER, Thomas *et al.* (1989), *Communication Ethics and Global Change*, Nova Iorque: Longmann, pp. 284-290.
- MERRILL, John (1989b). *The dialectic in journalism: Toward a responsible use of press freedom*. Baton Rouge: Louisiana State University Press.
- MESQUITA, Mário (2003). *O quarto equívoco – O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- MESQUITA, Mário (2002). “Envolvimento e distanciamento na conduta do jornalista”, *Jornalismo e Jornalistas*, nº 10 - Abril/Junho 2002, pp. 20-31.
- MESQUITA, Mário (2000). “Em louvor da Santa Objectividade”, *Jornalismo e Jornalistas*, nº 1 – Janeiro/Março, pp. 22-27.

- MESQUITA, Mário (1999a), “Un médiateur portugais de la presse quotidienne”, in BERTRAND, Claude-Jean (org.) (1999), *L’Arsenal de la Démocratie – Médias Déontologie et M*A*R*S**, Paris: Economica, pp. 291-298.
- MESQUITA, Mário (1999b). “O Negócio da Informação e a Deontologia Jornalística – Reflexões sobre os efeitos do mercado no comportamento ético dos jornalistas”, in AAVV (1999), *Comunicação, Ética e Mercado* [Actas das I Jornadas de Comunicação], Lisboa: Universidade Católica Editora, pp. 43-60.
- MESQUITA, Mário (1998a). *O Jornalismo em Análise – A Coluna do Provedor dos Leitores*. Coimbra: Minerva.
- MESQUITA, Mário (1998b). “La médiation solitaire de l’ombudsman de presse”, *Recherches en Communication*, nº 9, pp. 83-92.
- MESQUITA, Mário (1994). “Os meios de comunicação social”, in REIS, António (coord.) (1994), *Portugal – 20 anos de democracia*, Lisboa: Círculo de Leitores, pp. 360-405.
- MEYERS, Christopher (2000). “Creating an Effective Newspaper Ombudsman Position”, *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 15, nº 4, pp. 248-256.
- MIALARET, Gaston (1996). “Savoirs théoriques, savoirs scientifiques et savoirs d’action en éducation”, in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d’action*, Paris: Presses Universitaires de France, pp. 161-187.
- MIDGLEY, Mary (1995). “El origen de la ética”, in SINGER, Peter (ed.) (1995), *Compendio de Ética*, Madrid: Alianza Editorial, pp. 29-42.
- MOGAVERO, Donald T. (1982). “The American Press Ombudsman”, *Journalism Quarterly*, vol. 59, nº 4, pp. 548-580.
- MOMPART, Josep L. Gomez & OTTO, Enric Marín (ed.) (1999). *Historia del Periodismo Universal*. Madrid: Editorial Síntesis.
- MONJARDET, Dominique (1987). “Compétence et qualification comme principes d’analyse de l’action policière”, *Sociologie du Travail*, nº 1/87, pp. 47-58.
- MOREIRA, Vital (2004, Janeiro), “Liberdade de informação e segredo de justiça”, *Público*, edição de 20-01-2004.
- MOREIRA, Vital (1997). *Auto-regulação profissional e administração pública*. Coimbra: Almedina.
- NAPOLI, Philip M. (1999). “The Marketplace of Ideas Metaphor in Communication Regulation”, *Journal of Communication*, vol. 49, nº 4, pp. 151-169.

- NEMETH, Neil (2000). “A News Ombudsman as an Agent of Accountability”, in PRITCHARD, David (ed.) (2000), *Holding the Media Accountable – Citizens, Ethics and the Law*, Bloomington: Indiana University Press, pp. 55-67.
- NERONE, John C. (ed.) (1995). *Last Rights – Revisiting ‘Four Theories of the Press’*. Chicago: University of Illinois Press.
- NEVEU, Érik (2004). *Sociologia do Jornalismo*. Porto: Porto Editora. [Ed. original: 2001]
- NOGUEIRA, Luis Castro (2001). “Apêndice”, in WEBER, Max (1919/2001), *La ciencia como profesión. La política como profesión*, Madrid: Espasa, pp. 177-251.
- NORDENSTRENG, Kaarle (2001). “Media and Democracy – Do We Know What to Do?”, *Television & New Media*, vol. 2, nº 1, Fevereiro 2001, pp. 57-63.
- NORDENSTRENG, Kaarle (1997). “The citizen moves from the audience to the arena”, *Nordicom Review*, nº 18 (2), pp. 13-20.
- NORDENSTRENG, Kaarle (1989). “Professionalism in Transition: Journalistic Ethics”, in COOPER, Thomas *et al.*, *Communication Ethics and Global Change*, Nova Iorque: Longmann, pp. 277-283.
- O’MALLEY, Tom & SOLEY, Clive (2000). *Regulating the Press*. Londres: Pluto Press.
- ORTEGA, Félix & HUMANES, Maria Luisa (2000). *Algo más que periodistas — Sociología de una profesión*. Barcelona: Editorial Ariel.
- OIRY, Ewan & D’IRIBARNE, Alain (2001). “La notion de compétence : continuités et changements par rapport à la notion de qualification”, *Sociologie du Travail*, nº 1/2001, pp. 49-66.
- PADIOLEAU, Jean (1976). “Systèmes d’interaction et rhétoriques journalistiques”, *Sociologie du Travail*, nº 3, Julho-Setembro, pp. 256-282.
- PALMER, Michael (1994). “Les héritiers de Théophraste”, in LACAN, Jean-François & PALMER, Michael & RUELLAN, Denis (1994), *Les journalistes - Stars, scribes et scribouillards*, Paris: Syros, pp. 101-205.
- PARK, Robert (2002). “As notícias como uma forma de conhecimento : um capítulo na sociologia do conhecimento” [Ed. original : 1940], in ESTEVES, J. Pissarra (org.) (2002), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa : Livros Horizonte, pp. 35-48.
- PAREDEISE, Catherine (1988). “Les professions comme marchés de travail fermés”, *Sociologie et Sociétés*, vol. XX, nº 2 (Outubro), pp. 9-21.
- PAREDEISE, Catherine (1987). “Des savoirs aux compétences : Qualification et régulation des marchés de travail”, *Sociologie du Travail*, nº 1/87, pp. 35-46.

- PAREDEISE, Catherine & LICHTENBERGER, Yves (2001). “Compétence, compétences”, *Sociologie du Travail*, nº 1/2001, pp. 33-48.
- PASQUALI, Antonio (1997). “The moral dimension of communicating”, in CHRISTIANS, Clifford & TRABER, Michael (ed.) (1997), *Communication Ethics and Universal Values*, Thousand Oaks (EUA) : Sage, pp. 24-45.
- PÉLISSIER, Nicolas (2003). “Un cyberjournalisme qui se cherche ”, *Hermès*, nº 35, pp. 99-107.
- PÉLISSIER, Nicolas & RUELLAN, Denis (2003). “Les journalistes contre leur formation? ”, *Hermès*, nº 35, pp. 91-98.
- PENCE, Greg (1995). “La teoría de la virtud”, in SINGER, Peter (ed.) (1995), *Compendio de Ética*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 347-359. [Ed. original: 1991].
- PERALES, E. Bonete (coord.) (1995a). *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid: Editorial Tecnos.
- PERALES, E. Bonete (1995b). “De la Ética Filosófica a la Deontología Periodística”, in PERALES, E. Bonete (coord.) (1995), *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, Madrid: Editorial Tecnos, pp. 17-49.
- PEREIRA, Fernando (2005). “Os saberes profissionais-técnicos em associações e cooperativas agrárias”, in CARIA, Telmo (org.) *et al.* (2005), *Saber profissional*, Coimbra: Almedina, pp. 141-167.
- PEREIRA, Sandra (2003, Abril). “Uma pessoa de sete ofícios à frente do jornalismo ‘backpack’”, *Diário de Notícias*, edição de 06-04-2003.
- PERRENOUD, Philippe (1996). “Le métier d’enseignant entre prolétarianisation et professionnalisation: deux modèles du changement”, *Perspectives*, vol. XXVI, nº 3, Setembro, pp. 543-562.
- <http://www.unige.ch/fapse/SSE/teachers/perrenoud/php_main/php_1996/1996_16.html>, acedido em 14-05-2003.
- PEUCER, Tobias (2004). “Os Relatos Jornalísticos” [tradução da tese doutoral “*De relationibus novellis*”, apresentada por Tobias PEUCER em 1690 na Universidade de Leipzig], *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. I, nº 2 (2º semestre), pp. 13 - 30.
- PIGEAT, Henri (1997). *Médias et Déontologie - Règles du jeu ou jeu sans règles*. Paris: Presses Universitaires de France (PUF).
- PINA, Sara (1997). *A Deontologia dos Jornalistas Portugueses*. Coimbra: Minerva.

- PINTO, Manuel (2006, Julho). “António Rodrigues Sampaio e o papel civilizador da Imprensa”. Conferência no âmbito do seminário *António Rodrigues Sampaio – Bicentenário do nascimento*, Auditório Municipal de Esposende. (Texto policopiado).
- PINTO, Manuel (2003). “Pensar e projectar o serviço público com a participação do público”, in PINTO, Manuel (coord.) *et al.* (2003), *Televisão e Cidadania – Contributos para o debate sobre o serviço público*. Braga: Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 33-53.
- PINTO, Manuel (2000a). *A Televisão no Quotidiano das Crianças*. Porto: Edições Afrontamento.
- PINTO, Manuel (2000b). “Fontes Jornalísticas: Contributos para o Mapeamento do Campo”, *Comunicação e Sociedade*, nº 2 (Série Comunicação dos Cadernos do Noroeste), vol. 14 (1-2).
- PINTO, Manuel (1999). “O Jornalismo como Campo Social e como Domínio de Formação”, *Comunicação e Sociedade*, nº 1 (Série Comunicação dos Cadernos do Noroeste), vol. 12, pp. 75-95.
- PINTO, Manuel (coord.) *et al.* (2003). *Televisão e Cidadania – Contributos para o debate sobre o serviço público*. Braga: Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.
- PINTO, Manuel & SOUSA, Helena (2003). “Journalism Education at Universities and Journalism Schools in Portugal”, in FROHLICH, Romy & HOLTZ-BACHA, Christina (eds.) (2003), *Journalism Education in Europe and North America. An International Comparison*, New Jersey: Hampton Press, pp. 169-186.
- PIQUÉ, Antoni (2004). “A ética é parte da profissionalidade”, *Mediaccion.doc*, documento 0404-04, pp. 1-3. [Universidade de Navarra].
- PÖTTKER, Horst (2005). “The News Pyramid and its Origin from the American Journalism in the 19th Century. A Professional Approach and an Empirical Inquiry”, in HØYER, Sverre & PÖTTKER, Horst (eds.) (2005), *Diffusion of the News Paradigm 1850-2000*, Gotemburgo: Nordicom, pp. 51-64.
- PRITCHARD, David (ed.) (2000a). *Holding the Media Accountable – Citizens, Ethics and the Law*. Bloomington: Indiana University Press.
- PRITCHARD, David (2000b). “Introduction: The Process of Media Accountability”, in PRITCHARD, David (ed.), *Holding the Media Accountable – Citizens, Ethics and the Law*, Bloomington: Indiana University Press, pp. 1-10.

- PRITCHARD, David (2000c). “The Future of Media Accountability”, in PRITCHARD, David (ed.) (2000), *Holding the Media Accountable – Citizens, Ethics and the Law*, Bloomington: Indiana University Press, pp. 186-193
- PRITCHARD, David (1993). “The Impact of Newspaper Ombudsmen on Journalists’ Attitudes”, *Journalism Quarterly*, vol. 70, nº 1, pp. 77-86.
- PÚBLICO (1998). *Livro de Estilo*. Lisboa: Público.
- RACHELS, James (2004). *Elementos de Filosofia Moral*. Lisboa: Gradiva.
- RAFAEL, Armando (2003. Abril), “Sandálias voadoras por todo o Iraque”, *Diário de Notícias*, edição de 20-04-2003.
- RAMONET, Ignacio (1999). *A Tirania da Comunicação*. Porto: Campo das Letras.
- REDONDO, M. Jiménez (2000). “Introduccion”, in HABERMAS, Jürgen (2000), *Aclaraciones a la ética del discurso*.
<http://www.ucm.es/info/eurotheo/e_books/habermas/index.html>,
accedido em 16-09-2004.
- REYNAUD, Jean-Daniel (2001), “Le management par compétences: un essai d’analyse”, *Sociologie du Travail*, nº 1/2001, pp. 7-32.
- RIEFFEL, Rémy (2003). *Sociologia dos ‘media’*. Porto: Porto Editora. [Ed. original: 2001]
- ROCA, Guillermo Escobar (2002). *Estatuto de los periodistas — Régimen normativo de la profesión y organización de las empresas de comunicación*. Madrid: Tecnos.
- ROCHE, Janine (1999a). “La dialectique qualification-compétence: état de la question”, *Éducation Permanente*, nº 141/1999-4, pp. 39-53.
- ROCHE, Janine (1999b). “Que faut-il entendre par professionalisation?”, *Éducation Permanente*, nº 140/1999-3, pp. 35-50.
- RODRIGUES, Maria L. (2002). *Sociologia das profissões*. Lisboa: Celta. [1ª edição: 1997]
- RUELLAN, Denis (1997a). *Les “pro” du journalisme – De l’état au statut, la construction d’un espace professionnel*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- RUELLAN, Denis (1997b). “Groupe Professionnel et marché de travail du journalisme”, *Réseaux*, nº 81.
- RUELLAN, Denis (1994). “Les frontières d’une vocation”, in LACAN, Jean-François & PALMER, Michael & RUELLAN, Denis (1994), *Les journalistes - Stars, scribes et scribouillards*, Paris: Syros, pp. 207-272.

- RUELLAN, Denis (1993). *Le Professionalisme du Flou – Identité et savoir-faire des journalistes français*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- S/A (1999). Estatuto do Jornalista – Lei nº 1/99, de 13 de Janeiro.
- S/A (1982). Constituição da República Portuguesa.
- S/A (1999/2003). Lei de Imprensa – Lei nº 2/99, de 13 de Janeiro, alterada pela Lei nº 18/2003, de 11 de Junho.
- S/A (1996). Regulamento da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista – Lei de 22 de Abril de 1996
- S/A (1997). Regulamento da Carteira Profissional de Jornalista – Dec.-lei nº 305/97, de 11 de Novembro.
- S/A (2002, Janeiro). “The net gets real”, *The Economist*, ed. de 15-01-2002, pp. 21-23.
- SALAVERRÍA, Ramón (2003). “Com o 11 de Setembro, a informação da Internet chegou à maioria” [Entrevista], *Público*, edição de 12-05-2003.
- SANTOS, José Manuel (2001). *Relatório de Ética I* [Relatório de disciplina apresentado para concurso de Professor Associado na Universidade da Beira Interior (UBI). Documento policopiado].
- SANTOS, Rogério (1997). *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra: Minerva.
- SCHILLER, Dan (1979). “An historical approach to objectivity and professionalism in American news reporting”, *Journal of Communication (pre-1986)*, vol. 29/4 (Outono), p. 246.
- SCHLESINGER, Philip (1992). “Repenser la sociologie du journalisme – Les stratégies de la source et les limites du média-centrisme”, *Réseaux*, nº 51.
- SCHÖN, Donald A. (1996). “À la recherche d’une nouvelle épistémologie de la pratique et de ce qu’elle implique pour l’éducation des adultes”, in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d’action*, Paris: Presses Universitaires de France, pp. 201-222.
- SCHÖN, Donald A. (1983). *The Reflective Practitioner – How professionals think in action*. Londres: Arena.
- SCHUDSON, Michael (2001). “The objectivity norm in American journalism”, *Journalism*, vol. 2 (2), pp. 149-170.
- SCHUDSON, Michael (1995). *The Power of News*. Londres: Harvard University Press.
- SCHUDSON, Michael (1978). *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. EUA: Basic Books.
- SERRANO, Estrela (2006). *Para compreender o jornalismo*. Coimbra: Minerva.

- SERRANO, Estrela (2003). “As ambiguidades de uma profissão – Contributo para uma reflexão sobre o que é ser jornalista”, *Jornalismo e Jornalistas*, nº 16, Outubro/Dezembro, p. 26.
- SIEBERT, Fred & PETERSON, Theodore & SCHRAMM, Wilbur (1963). *Four Theories of the Press*. Chicago: University of Illinois Press. [Edição original: 1956]
- SANTOS SILVA, Augusto (2006). “A hetero-regulação dos meios de comunicação social”, *Comunicação e Sociedade*, nº 10 [No prelo]
- SILVERSTONE, Roger (2004). “Regulation, media literacy and media civics”, *Media Culture and Society*, vol. 26 (3), pp. 440-449.
- SINGER, Jane (2006a). “The socially responsible existentialist – A normative emphasis for journalists in a new media environment”, *Journalism Studies*, vol. 7, nº 1, pp. 2-18.
- SINGER, Jane (2006b). “Partnership and public service: normative issues for journalists in converged newsrooms”, *Journal of Mass Media Ethics*, nº 21 (1), pp. 30-53.
- SINGER, Jane (2003). “Who are these guys? – The online challenge to the notion of journalistic professionalism”, *Journalism*, vol. 4 (2), pp. 139-163.
- SINGER, Peter (ed.) 1995). *Compendio de Ética*. Madrid: Alianza Editorial.
- SJ – SINDICATO DOS JORNALISTAS (2003). “1º Encontro Nacional de Jornalistas On-line”, comunicado da Direcção do SJ. <www.jornalistas.online.pt>.
- SOBREIRA, Rosa Maria (2003). *Os Jornalistas Portugueses 1933-1974 - Uma profissão em construção*. Lisboa: Livros Horizonte.
- SORIA, Carlos (1997). *El laberinto informativo: una salida ética*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA).
- SOUSA, Helena & SANTOS, Luis (2003). “RTP e serviço público. Um percurso de inultrapassável dependência e contradição”, in PINTO, Manuel (coord.) *et al.* (2003), *Televisão e Cidadania – Contributos para o debate sobre o serviço público*. Braga: Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 55-76.
- SOUSA, Jorge P. (2004). “Tobias Peucer: progenitor da teoria do Jornalismo”, *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. I, nº 2 (2º semestre), pp. 31 - 48.
- STARCK, Kenneth & EISELE, Julie (1999). “Newspaper Ombudsmanship as Viewed by Ombudsmen and their Editors”, *Newspaper Research Journal*, Vol. 20, nº 4, pp. 37-49.

- STENSAAS, Harlan S. (2005). “The Rise of the News Paradigm. A Review of the Scientific Literature”, in HØYER, Sverre & PÖTTKER, Horst (eds.) (2005), *Diffusion of the News Paradigm 1850-2000*, Gotemburgo: Nordicom, pp. 37-50
- STRÖMBÄCK, Jesper (2005). “In search of a standard: four models of democracy and their normative implications for journalism”, *Journalism Studies*, vol. 6, nº 3, pp. 331-345.
- STROUD, Sarah (2001). “À la recherche de la source des normes déontologiques”, *Philosophiques*, 28/1 – Primavera, pp. 151-171.
- STROUD, Sarah (1999). “Déontologisme et droits”, *Philosophiques*, 26/1 – Primavera, pp. 139-148.
- TAMBOSI, Orlando (2004). “Tobias Peucer e as origens do jornalismo”, *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. I, nº 2 (2º semestre 2004), pp. 49-60.
- TENGARRINHA, José (1989). *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. Lisboa: Caminho. [1ª edição: 1965].
- TERSSAC, Gilbert (1996). “Savoirs, compétences et travail”, in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d’action*. Paris: Presses Universitaires de France, pp. 223-247.
- TETTEY, Wisdom (2006). “The politics of media accountability in Africa – An examination of mechanisms and institutions”, *The International Communication Gazette*, vol. 68 (3), pp. 229-248.
- THOMPSON, John B. (1995). *The Media and Modernity – a Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- TOCHON, François-Victor (1996). “Grammaires de l’expérience et savoirs-objets: le savoir focal dans la construction de nouveaux modèles de formation”, in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d’action*. Paris: Presses Universitaires de France, pp. 249-273.
- TRABER, Michael (1997). “Conclusion: An ethics of communication worthy of human beings”, in CHRISTIANS, Clifford & TRABER, Michael (ed.) (1997), *Communication Ethics and Universal Values*, Thousand Oaks (EUA): Sage, pp. 327-343
- TRAQUINA, Nelson (2004a), *A tribo jornalística – uma comunidade transnacional*. Lisboa: Editorial Notícias.
- TRAQUINA, Nelson (2004b, Março), “Critico os jornalistas mas tenho muita ternura por eles” [Entrevista], *Diário de Notícias*, edição de 09/03/2004.

- TRAQUINA, Nelson (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- TRAQUINA, Nelson (2000). *O Poder do Jornalismo – Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Coimbra: Minerva.
- TRAQUINA, Nelson (org.) (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Vega.
- TUCHMAN, Gaye (2002). “As notícias como uma realidade construída”, in ESTEVES, J. Pissarra (org.) (2002), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa : Livros Horizonte, pp. 91-104. [Edição original: 1978]
- TUCHMAN, Gaye (1972/1993). “A objectividade como ritual estratégico”, in TRAQUINA, Nelson (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e Histórias*, Lisboa: Veja, pp. 74-90. [Edição original: 1972]
- VALENTE, J. Carlos (1998). *Elementos para a história do sindicalismo dos jornalistas portugueses - I Parte (1834-1934)*. Lisboa : Sindicato dos Jornalistas.
- VERGNAUD, Gérard (1996). “Au fond de l’action, la conceptualisation”, in BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996), *Savoirs théoriques et savoirs d’action*, Paris: Presses Universitaires de France, pp. 275-292.
- VERÍSSIMO, Helena (2003). *Os Jornalistas nos Anos 30/40. Elite do Estado Novo*. Coimbra : Minerva.
- VILLANUEVA, Ernesto (2000). “Deontología informativa: Para quê?”, in AZNAR, Hugo & VILLANUEVA, Ernesto (coord.) (2000), *Deontología y autorregulación informativa – Ensayos desde una perspectiva comparada*, México: Universidad Iberoamericana, pp. 15-32.
- VOAKES, Paul S. (2000). “Rights, Wrongs and Responsibilities: Law and Ethics in the Newsroom”, *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 15, nº 1 (Março), pp. 29-42.
- WAHL-JORGENSEN, Karin & GALPERIN, Hernan (2000). “Discourse Ethics and the Regulation of Media: The Case of the U.S. Newspaper”, *Journal of Communication Inquiry*, nº 24: 1, Janeiro, pp. 19-40.
- WEBER, Max (1919/2001). *La ciencia como profesión. La política como profesión*. Madrid: Espasa. [Edição originais : 1919]
- WEBER, Max (1910/1992). “Le premier des sujets...” [Alocução proferida em 1910 em Frankfurt-am-Main, por ocasião das 1.as Jornadas da Sociologia Alemã], *Réseaux*, nº 51.
- WEBER, Max (1905/1996). *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. Lisboa: Presença. [Edição original: 1905]

- WEMANS, Jorge (1999). *O PÚBLICO em Público – As Colunas do Provedor do Leitor*. Coimbra: Minerva.
- WHITE, Robert (1995). “From codes of ethics to public cultural truth – A systemic view of communication ethics”, *European Journal of Communication*, vol. 10 (4), pp. 441-459.
- WHITE, Robert (1989). “Social and Political Factors in the Development of Communication Ethics”, in COOPER, Thomas *et al.* (1989), *Communication Ethics and Global Change*, Nova Iorque: Longmann, pp. 40-65.
- WOLTON, Dominique (2006, Julho), “Quanto mais informação houver, mais vamos precisar do jornalista” (Entrevista). *Público*, edição de 03-07-2006.
- WOLTON, Dominique (2003), “Avant-propos – Journalistes, une si fragile victoire”, *Hermès*, nº 35, pp. 9-21.
- WOLTON, Dominique (1997). *Pensar a Comunicação*. Lisboa: Difel.
- ZELIZER, Barbie (2004) *Taking journalism seriously*. Thousand Oaks (EUA): Sage.
- ZELIZER, Barbie (1993/2000). “Os Jornalistas enquanto Comunidade Interpretativa”, *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, Fevereiro, pp. 33-61. [Edição original: EUA, 1993].

* * * * *